

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH
TABUNGAN MUDHARABAH
(Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ATANASIUS HARDIAN PERMANA YOGIARTO

13812147003

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH
TABUNGAN MUDHARABAH
(Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ATANASIUS HARDIAN PERMANA YOGIARTO

13812147003

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH TABUNGAN *MUDHARABAH* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)

SKRIPSI

Oleh:

A. HARDIAN PERMANA YOGIARTO

13812147003

Telah disetujui dan disahkan
Pada Tanggal 14 Juli 2015

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Mahendra Adhi Nugroho, S.E., M.Sc.

NIP. 19831120200812 1 002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH
TABUNGAN MUDHARABAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)**

Oleh:

A. HARDIAN PERMANA YOGIARTO
13812147003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 7 Agustus 2015 dan
dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
RR. Indah Mustikawati, S.E.Akt., M.Si. 19681014 199802 2 001	Ketua Penguji		26-08-2015
Mahendra Adhi Nugroho, S.E., M.Sc. 19831120 200812 1 002	Sekretaris Penguji		26-08-2015
Amanita Novi Yushita, S.E., M.Si. 19770810 200604 2 002	Penguji Utama		19-08-2015

Yogyakarta, 27 Agustus 2015
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan


Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : A. Hardian Permana Yogiarto
NIM : 13812147003
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH TABUNGAN *MUDHARABAH* (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 1 Juli 2015
Penulis,



A. Hardian Permana Yogiarto
NIM. 13812147003

MOTTO

Hidup adalah proses untuk menjadi: menjadi lebih baik, lebih besar, lebih kuat dan lebih berpengaruh (Penulis)

Anak muda smart, kecewanya tidak lama sedihnya tidak panjang, dia segera bangkit dan memperbaiki diri (Penulis)

Yang namanya usaha tidak akan pernah berbohong (Penulis)

Kerjakanlah yang kau cintai. Cintailah yang kau kerjakan dan kehidupan akan mencintaimu (Mama)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Mama dan Papa, terimakasih atas segala curahan doa, kasih sayang, dukungan dan nasihat-nasihat yang tidak pernah berhenti menemani perjalanan hidupku.
2. Keluarga Eyang Umar Permadi
3. Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta.

Skripsi ini kubingkiskan untuk:

1. Teman-temanku, terimakasih atas kebersamaan, keceriaan, serta perjalanan selama ini.
2. Yuni Embriani yang memberikan inspirasi
3. Sahabat-sahabatku khususnya kelas PKS Akuntansi
UNY Angkatan 2013.
4. Teman-teman dari PDEB SV UGM 2010

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH
TABUNGAN MUDHARABAH
(Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)**

Oleh:

ATANASIOUS HARDIAN PERMANA YOGIARTO
13812147003

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara per individu (*partial*) maupun secara bersama-sama (*simultan*) terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan.

Populasi penelitian ini adalah 18.781 nasabah pada PT Bank Muamalat cabang Pekalongan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 40 item pertanyaan yang dinilai dengan skala Likert 1-4 dan diuji validitas serta reliabilitasnya. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis berganda.

Berdasarkan analisis regresi pada taraf signifikan 5% menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan, dengan koefisien korelasi r_{x1y} sebesar 0,617; koefisien determinasi r^2_{x1y} sebesar 0,413; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan, dengan koefisien korelasi r_{x2y} sebesar 0,681; koefisien determinasi r^2_{x2y} sebesar 0,471; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan, dengan koefisien korelasi r_{x3y} sebesar 0,456; koefisien determinasi r^2_{x3y} sebesar 0,502; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan, dengan koefisien korelasi $R_{xy(1,2,3)}$ sebesar 0,795 dan koefisien determinasi nilai $R^2_{xy(1,2,3)}$ sebesar 0,632; dan F_{hitung} sebesar 54,907 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70.

Kata Kunci: Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

***The Influence of Profit Sharing, Promotion , And Service Quality to
The Decision to Use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings
(Case Study on Customers of Bank Muamalat in Pekalongan)***

By:

ATANASIOUS HARDIAN PERMANA YOGIARTO
13812147003

Abstract

This research aims to know The Influence of Profit Sharing, Promotion , and Service Quality by Individual (Partially) Or Jointly (Simultaneously) on The Decision to Use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings On Customers of Bank Muamalat in Pekalongan.

The populations in this research were 18.781 customers at PT Bank Muamalat branch of Pekalongan. The sampling technique used with purposive sampling as many as 100 respondent. The data collection techniques were using a questionnaire which was contains 40 items of questions that assessed with Likert scale 1 until 4 and tested by validity and reliability. The prerequisite tests include normality, linearity test, heteroscedasticity test and multicollinearity test. The data analysis techniques to answer the hypothesis were using simple regression analysis and multiple regression analysis.

Based on regression analysis, on significant rate 5% showed that: (1) there was a positive and significant influence on Profit Sharing to the Decision to use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings on Customers of Bank Muamalat in Pekalongan, with a correlation coefficient r_{x1y} was 0.617; determination coefficient of r^2_{x1y} was 0.413; and the significance value of 0.000 < 0.05; (2) there was a positive and significant influence on Promotion to the Decision to use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings on Customers of Bank Muamalat in Pekalongan, with a correlation coefficient r^2_{x2y} was 0.681; determination coefficient of r^2_{x2y} was 0.471; and the significance value of 0.000 < 0.05; (3) here was a positive and significant influence on Service Quality to the Decision to use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings on Customers of Bank Muamalat in Pekalongan, with a correlation coefficient r^2_{x3y} was 0.456; determination coefficient of r^2_{x3y} was 0.502; and the significance value of 0.000 < 0.05; and (4) there was positive and significant influence on Profit Sharing, Promotion, and Service Quality to The Decisions to use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings on Customers of Bank Muamalat in Pekalongan with a correlation coefficient $R_{xy(1,2,3)}$ was 0,795 and determination coefficient $R^2_{xy(1,2,3)}$ was 0.632; and F_{count} amounted to 54.907 bigger than F_{table} , which was 2.70

Keywords : Profit Sharing, Promotion, Service Quality, Decision to Use Sharia Banking Services of Mudharabah' Savings

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, Terima kasih Allah karena hanya atas kehendak-Mu skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih Ya Tuhan, selalu memberiku nikmat yang tidak terkira, kesehatan dan kesempatan. Terima kasih telah mewujudkan kesarjanaanku demi orang-orang yang kukasihi.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Prof. Sukirno, Ph.D., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dhyah Setyorini, M.Si., Ak., Ketua Program Studi Akuntansi S1 Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Abdullah Taman, S.E., M.Si.,Ak, Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kelancaran urusan akademik.
6. Mahendra Adhi Nugroho, S.E., M.Sc., Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi..
7. Amanita Novi Yushita, S.E, M.Si., Dosen Narasumber Tugas Akhir yang memberi masukan dalam perbaikan skripsi ini.
8. RR. Indah Mustikawati, S.E.Akt., M.Si., Dosen Ketua Penguji yang memberikan solusi serta masukan dalam perbaikan skripsi ini.
9. Bank Muamalat Pekalongan beserta staf, khususnya Ibu Lisa yang sudah membantu dan memberikan kontribusi dalam penelitian.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Saya selaku penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu memerlukan kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang serupa.

Yogyakarta, 1 Juli 2015

Penulis,



A. Hardian Permana Yogiarto

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
1. Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.....	10
2. Bagi hasil.....	20

3. Promosi.....	26
4. Kualitas Pelayanan	31
B. Penelitian Relevan	34
C. Kerangka Berfikir	36
D. Paradigma Penelitian	39
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	41
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
1. Variabel Dependen	42
2. Variabel Independen	42
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Metode Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Validitas Instrumen	47
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Asumsi Klasik	51
4. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian.....	57
1. Analisis Karakteristik Responden	57
2. Analisis Deskriptif.....	59
3. Uji Prasyarat Analisis.....	77
4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	81
B. Pembahasan	89
1. Bagi Hasil Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.....	89

2. Promosi Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i>	92
3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i>	95
4. Bagi hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i>	97
C. Keterbatasan Penelitian	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Statistik Individual Perbankan Syariah	2
2. Komposisi Tabungan Bank Syariah (Dalam Jutaan Triliun)	3
3. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah	11
4. Perbedaan Bagi Hasil dan Suku Bunga.....	22
5. Kisi - kisi Instrumen.....	46
6. Bobot Jawaban Instrumen	46
7. Hasil Uji Validitas Bagi Hasil.....	48
8. Hasil Uji Validitas Promosi	48
9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	49
10. Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah	49
11. Hasil Uji Reliabilitas	51
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
15. Distribusi Frekuensi Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	61
16. Kategori Kecenderungan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	63
17. Distribusi Frekuensi Bagi Hasil	65
18. Kategori Kecenderungan Bagi Hasil.....	68
19. Distribusi Frekuensi Promosi.....	69
20. Histogram Distribusi Frekuensi Promosi	72
21. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	74
22. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan	76

23. Hasil Uji Normalitas	78
24. Hasil Uji Linieritas	79
25. Hasil Uji Multikolinieritas	79
26. Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
27. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X1 terhadap Y	81
28. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X2 terhadap Y	83
29. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X3 terhadap Y	85
30. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Histogram Distribusi Frekuensi Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.....	62
2. Distribusi Kecenderungan Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.....	64
3. Histogram Distribusi Frekuensi Bagi Hasil	66
4. Distribusi Kecenderungan Variabel Bagi Hasil	68
5. Histogram Distribusi Frekuensi Promosi	70
6. <i>Pie-Chart</i> Distribusi Kecenderungan Variabel Promosi.....	72
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	74
8. <i>Pie-Chart</i> Distribusi Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	113
2. DATA PENELITIAN	115
3. DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	120
4. DATA KATEGORISASI.....	123
5. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (BAGI HASIL).....	126
6. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (PROMOSI).....	127
7. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (KUALITAS PELAYANAN)	128
8. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH TABUNGAN <i>MUDHARABAH</i>).....	129
9. PERHTUNGAN KELAS INTERVAL.....	130
10. HASIL UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	134
11. RUMUS PERHTUNGAN KATEGORISASI	135
12. HASIL UJI KATEGORISASI	137
13. HASIL UJI DESKRIPTIF	140
14. HASIL UJI NORMALITAS	141
15. HASIL UJI LINIERITAS	142
16. HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS.....	143
17. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS	144
18. HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 1).....	145
19. HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 2).....	146
20. HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 3).....	147
21. HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 4).....	148

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut (Kasmir, 2012: 2).

Bedasarkan Undang Undang No.10 tahun 1998 bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Menurut Kasmir (2012: 4-5), bank mempunyai kegiatan berupa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana ke masyarakat dengan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang mengajukan permohonan serta memberikan jasa- jasa bank lainnya seperti transfer, *clearing*, inkaso dan lain-lain. Dalam kegiatan operasionalnya bank dibagi menjadi bank konvensional dan bank syariah.

Saat ini perbankan Syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang Undang No. 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan Syariah dimana bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah. Dilirik dari hal tersebut banyak perbankan konvensional mulai

menjalankan *dual banking sistem*. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional (Zainal Arifin, 2006: 37).

Tabel 1. Statistik Individual Perbankan Syariah

Kelompok	Kantor Pusat	Kantor Cabang	Kantor Kas
Bank Umum Syariah	447	1.511	205
1. PT. Bank Muamalat Indonesia	84	260	103
2. PT. Bank Victoria Syariah	8	11	
3. Bank BRIsyariah	52	203	10
4. B.P.D. Jawa Barat Banten Syariah	9	56	1
5. Bank BNI Syariah	67	164	17
6. Bank Syariah Mandiri	137	510	65
7. Bank Syariah Mega Indonesia	35	282	4
8. Bank Panin Syariah	8	5	
9. PT. Bank Syariah Bukopin	12	8	5
10. PT. BCA Syariah	9	8	
11. PT. Maybank Syariah Indonesia	1		
12. PT .Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	25	4	

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Desember 2014, *Islamic Banking Statistics*

Jumlah bank syariah saat ini mencapai 12 akan tetapi jumlah tersebut berubah signifikan dari tahun 2009-2010 sebanyak 5 bank, hal ini dikarenakan banyak bank yang mulai menjalankan *dual banking sistem*. Dilihat dari tabel bank Muamalat yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia bersaing dengan bank syariah yang lainnya terutama bank syariah Mandiri.

Dalam operasional bank Syariah pada bagian penghimpunan dana hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk berupa giro, tabungan dan deposito untuk menghimpun dana masyarakat serta adanya 2 akad yaitu *wadiah* dan *mudharabah* (pasal 19 ayat 1 Undang- Undang No. 21 tahun 2008). *Wadiah*

dapat diartikan secara murni titipan dari satu pihak ke pihak lain (Abdul Ghofur Ansori, 2007: 81). *Mudharabah* merupakan salah bentuk akad kerja sama yang akan diberikan dan disepakati nasabah. Sistem dari *mudharabah* ini merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan di awal ketika akan memulai akad *mudharabah* tersebut (Nurhayati, 2009: 112).

Dari tahun ke tahun, bank syariah menerima pembukaan rekening untuk menghimpun dana dari masyarakat. Pada bagian dana pihak ketiga jumlah paling banyak atas pembukaan rekening adalah pada bagian tabungan serta jumlah dana yang terhitung terbanyak adalah tabungan berakad *mudharabah*. Hal ini dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2. Komposisi Tabungan Bank Syariah (Dalam Jutaan Triliun)

Jumlah dana Bank Umum Syariah							
Indikator	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tabungan	12.471	16.475	22.908	32.602	45.072	57.200	63.581
Akad <i>wadiah</i>	958	1.538	3.338	5.394	7.449	10.740	12.561
Akad <i>Mudharabah</i>	11.513	14.937	19.570	27.208	37.623	46.459	51.020

Sumber: Komposisi DPK Bank Syariah OJK Des'14, *Islamic Banking Statistics*

Sebagai bank pertama yang menganut prinsip syariah dan bersaing dengan bank syariah yang lain, bank muamalat dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapat nasabah dan mempertahankan nasabah yang dimiliki. Untuk mendukung hal tersebut bank dituntut memahami perilaku atau sikap nasabah. Sikap nasabah dapat menunjukkan gambaran yang dibutuhkan nasabah, alasan menggunakan jasa serta faktor yang mempengaruhi keputusan

seperti keadaan pasar, kebutuhan masyarakat yang saat ini harus dipenuhi salah satunya adalah kebutuhan menyimpan dana seperti tabungan dan bank muamalat sebagai bank syariah memiliki jasa tersebut.

Konsep tabungan di perbankan syariah sangat berbeda dengan tabungan di perbankan konvensional perbedaan ini terjadi karena perbankan syariah tidak mengenal suku bunga tertentu yang dijanjikan. Yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *wadiah* (Wirosa, 2011:153). Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah (Abdul Ghofur Ansori, 2007: 90-92).

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Morgan dan Hunt pernah mengatakan komunikasi merupakan karakter yang penting dalam membangun hubungan (1994: 22). Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung (Indriyo, 2000: 235). Namun tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan oleh karena itu bank

harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan *event*/acara yang tersedia (Tri Astuti, 2013: 5).

Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang telah didapat maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapatkan peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan (Zeithaml et. Al ,1990: 19). Selain itu, untuk memaksimalkan daya saing diantara lembaga keuangan yang ada, perlu adanya peningkatan kualitas produk /jasa, proses dan manusia (Ali Hasan ,2010: 88). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan (Sofyan Assauri, 2007:213). Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota/calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti dengan beberapa nasabah pada bulan Maret 2015 menunjukkan bahwa beberapa nasabah masih ragu-ragu untuk menabung di bank syariah karena kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, dan tidak memahami sistem bagi hasil diperbankan syariah. Kondisi ini memberikan bank syariah peluang sangat besar sekaligus tantangan untuk dapat meraih pangsa pasar perbankan nasional di masa mendatang.

Hasil pra survei juga menunjukkan bahwa nasabah kurang mengetahui jenis produk dan layanan perbankan baru yang tersedia di Bank Muamalat Pekalongan. Hal ini menunjukan bahwa karyawan kurang menginformasikan jenis layanan baru kepada seluruh nasabah serta kurangnya promosi kepada masyarakat tentang jenis layanan jasa perbankan di Bank Muamalat Pekalongan.

Bank Muamalat Pekalongan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah seperti: adanya keluhan terkait pelayanan penggunaan ATM kadang selalu lambat dalam bertansaksi, ATM bank Muamalat Pekalongan sering mengalami *crash* dan gangguan (*offline*), antrian bertransaksi di teller yang cukup memakan waktu lama, sulit untuk menghubungi *customer service* pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan, dan lambatnya waktu penanganan keluhan.

Bagi hasil dan kualitas pelayanan yang berbeda menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi anggota pada lembaga keuangan yang diinginkan (Anis Magfiroh, 2013:8). Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pemilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif (Ujang Sumarwan, 2011: 357). Banyaknya macam bank syariah dan produk tabungan *mudharabah* yang ditawarkan menjadikan banyak alternatif. Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin

penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian (Ujang Sumarwan, 2011: 377).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*” (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekalongan).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat cenderung melakukan keputusan penggunaan jasa perbankan syariah berdasarkan nisbahnya saja.
2. Beberapa nasabah masih ragu-ragu untuk menabung di bank syariah karena kurang mengetahui informasi tentang bank syariah.
3. Beberapa nasabah tidak memahami sistem bagi hasil diperbankan syariah.
4. Nasabah kurang mengetahui jenis produk dan layanan perbankan baru yang tersedia di Bank Muamalat Pekalongan.
5. Karyawan Bank Muamalat Pekalongan kurang menginformasikan jenis layanan baru kepada seluruh nasabah.
6. Kurangnya promosi kepada masyarakat tentang jenis layanan jasa perbankan di Bank Muamalat Pekalongan.
7. Adanya keluhan dari nasabah terkait pelayanan di Bank Muamalat Pekalongan.

C. Batasan Masalah

Ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang kaitannya dengan bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa tabungan berakad *mudharabah*.

D. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*?
4. Bagaimana pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*.
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*
4. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam menganalisis pengaruh bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap penggunaan jasa perbankan syariah *mudharabah* sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan jasa perbankan syariah *Mudharabah* dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai akad *Mudharabah*, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi nasabah yang lain dalam memilih jasa perbankan Syariah.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai akad *Mudharabah*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

a. Jasa Perbankan Syariah *Mudharabah*

1) Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Sistem perbankan syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan UNDANG- UNDANG No. 10 Tahun 1998. Kegiatan usaha perbankan syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga, melainkan atas dasar prinsip syariah.

Bank syariah adalah bank yang operasionalnya tidak mengandalkan pada bunga akan tetapi berdasarkan bagi hasil. Selain itu, Bank syariah adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan

jasa-jasa lainnya dalam kegiatan pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Karakteristik utama Bank Syariah adalah ketiadaan bunga sebagai representasi dari riba karena haram. Karakter inilah yang menjadikan perbankan syariah lebih unggul pada beberapa hal termasuk pada sistem operasional yang dijalankan. Selain itu dalam perbankan syariah uang hanya dijadikan alat tukar bukan komoditi yang diperdagangkan sehingga tidak mengenal akan konsep “*time value for money*” (Zaenal Arifin: 2000:60)

Selain itu perbankan syariah juga memiliki perbedaan dengan perbankan konvensional seperti investasi yang sesuai dengan syariat Islam, dan tidak adanya spekulasi dalam mata uang asing untuk meraup keuntungan. Adapun perbedaan dari kedua bank tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Melakukan investasi-investasi yang halal.	Investasi yang halal dan haram
2	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-beli, atau sewa.	Adanya bunga sebagai perangkat
3	didasarkan pada keuntungan dan falah.	Hanya berdasarkan keuntungan
4	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor
5	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis

(sumber: Antonio: 1992,53)

2) *Mudharabah*

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola. Keuntungan ini dibagi oleh mereka sesuai kesepakatan, sedangkan kerugiannya hanya ditanggung oleh pengelola dana (Nurhayati, 2009:112).

Menurut Wiroso (2011:140), dalam transaksi dengan prinsip *Mudharabah* harus dipenuhi dengan rukun *mudharabah* yaitu:

- a) Shahibul mall/ Rabumaal (pemilik dana/ nasabah)
- b) *Mudharib* (pengelola dana/ Pengusaha/ bank)
- c) Amal (Usaha/ Pekerjaan)
- d) Ijab Qabul

Menurut Nurhayati (2009:116) dan Adiwarmanto (2013: 205) dalam rukun *mudharabah* harus dipenuhi:

- a) Pelaku
- b) Objek *mudharabah*
- c) Ijab Qabul
- d) Nisbah keuntungan

Tujuan akad *mudharabah* adalah supaya ada kerjasama kemitraan antara pemilik modal yang tidak berpengalaman dengan orang berpengalaman dalam pekerjaan tertentu tetapi tidak memiliki modal. Ini merupakan suatu langkah untuk menghindari menyia-nyiakannya modal pemilik harta dan menyia-nyiakannya keahlian tenaga ahli yang tidak mempunyai modal untuk memanfaatkan keahlian mereka (Wiroso, 2005:34).

Bedasarkan PSAK 105, secara operasional ada tiga jenis *mudharabah*. Pertama *mudharabah muthlaqah* adalah jenis *mudharabah* dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya. Kedua *mudharabah muqayyadah* adalah jenis *mudharabah* dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola dana, antara lain mengenai tempat, cara dan atau objek investasi. Ketiga *mudharabah musytarakah* adalah bentuk *mudharabah* dimana pengelola menyertakan modal atau dananya dalam kerja sama investasi. Menurut Muhammad (2005:179) adapun aplikasi *mudharabah* dalam perbankan syariah yaitu pada tabungan, giro dan deposito.

3) Simpanan Tabungan

Pengertian tabungan menurut undang undang perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sarana bank dalam simpanan tabungan ada bermacam macam seperti: buku tabungan, slip penarikan, kuitansi, kartu yang terbuat dari *plastic*.

4) Tabungan Syariah

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Tabungan syariah dibagi menjadi dua sesuai dengan prinsipnya yaitu *wadiah* dan *mudharabah*

a) Tabungan *wadiah*

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya

b) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana) (Adiwarman, 2013:359).

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam hal pengelolaan bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan kelalaiannya.

5) Keputusan Penggunaan

a) Model keputusan konsumen

Keputusan konsumen merupakan tahapan proses akhirdari serangkaian proses yang terjadi pada perilaku manusia.

Model keputusan konsumen merupakan urutan proses yang lazim dijalani oleh tiap individu konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Model keputusan tersebut yakni:

(1) Proses masuknya informasi

Pada proses masuknya informasi, konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti:

(a) Upaya pemasar

Tujuan upaya pemasar mempengaruhi konsumen untuk membeli produk perusahaan yang dipasarkan. Biasanya melalui komunikasi.

(b) Lingkungan sosial budaya

Pengaruh lingkungan sosial budaya, unsur-unsurnya bersumber dari budaya, demografi, kelas sosial, referensi kelompok dan keluarga.

(2) Proses pertimbangan membeli

Dalam proses pertimbangan membeli terdapat sub-sub proses yaitu:

(a) Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan awal dari adanya permasalahan yang dihadapi konsumen yang perlu segera diselesaikan. Dalam mempertimbangkan tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut, secara psikologis konsumen dipengaruhi oleh persepsinya.

(b) Pencarian informasi sebelum membeli

Dengan persepsinya maka seseorang akan mencari informasi mengenai produk atau jasa yang akan dicari.

(c) Pemilihan alternatif

Memilih alternatif merupakan pekerjaan yang memerlukan pertimbangan secara relatif atas ketersediaan beberapa pilihan. Apabila tidak banyak pilihan yang tersedia, maka

akan terbatas pula pilihan alternatifnya. Analog dengan pencarian informasi, semakin banyak informasi yang diperoleh makin banyak pilihan alternatif. Dengan demikian terdapat korelasi antara tersedianya informasi dengan kemungkinan tersedianya pilihan alternatif.

(3) Proses keputusan konsumen

(a) Keputusan konsumen, beli/tidak beli

Keputusan konsumen bisa berupa beberapa kemungkinan, yakni membeli, menunda membeli atau tidak membeli. Untuk menunda membeli secara langsung dikategorikan sebagai tidak atau belum membeli. Menunda membeli disebabkan oleh beberapa pertimbangan seperti belum yakin terhadap barang yang akan dibeli.

(b) Evaluasi pasca beli

Setelah keputusan diambil maka dengan sendirinya konsumen memanfaatkan barang yang sudah dibeli untuk berbagai tujuan. Salah satu tujuan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan atau menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam arti mampu memberikan solusi yang diharapkan. Apabila barang yang telah dibeli memenuhi harapan maka konsumen tersebut merasakan kepuasan (Mulyadi Nitisusastro, 2012:195-216).

b) Peran dalam Keputusan pembelian

Keputusan pembelian barang / jasa seringkali melibatkan dua pihak atau lebih. Umumnya ada lima peranan yang terlibat.

Kelima peran tersebut meliputi:

- (1) Pemrakarsa, yaitu orang pertama kali menyarankan ide untuk membeli suatu barang/jasa
- (2) Pembawa pengaruh yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasihat yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- (3) Pengambil keputusan, yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian
- (4) Pembeli, yaitu orang yang melakukan pembelian secara nyata.
- (5) Pemakai, yaitu orang yang mengkonsumsi dan menggunakan barang/jasa yang dibeli.

c) Model Lima Tahap

Kotler dan Keller (2009:184-190) menyebutkan bahwa dalam proses keputusan pembelian ada beberapa tahap berupa:

- (1) Pengenalan masalah yaitu tahapan dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
- (2) Pencarian informasi yaitu tahapan dimana konsumen memasuki pencarian informasi lebih mengenai suatu produk
- (3) Evaluasi alternatif merupakan tahapan konsumen menggunakan informasi yang telah didapat (preferensi) untuk menilai secara sadar atau rasional mengenai produk dalam sekelompok pilihan

(4) Keputusan pembelian adalah tahapan dimana konsumen menetapkan produk yang akan dibeli

(5) Perilaku pasca pembelian merupakan tahap dimana tindakan konsumen yang diambil setelah pembelian didasarkan kepuasan atau tidak kepuasan atas produk yang dibeli

6) Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah* adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan berakad *Mudharabah*. Nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan tabungan *Mudharabah* pastinya akan melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan. Tahapan tersebut terdiri dari: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau pengambilan keputusan, dan perilaku sesudah pembelian atau perilaku sesudah keputusan diambil.

Nasabah dalam memilih tabungan membutuhkan tentunya pencarian informasi. nasabah akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai bank yang dapat membantu memenuhi akan kebutuhannya. Pada tahapan evaluasi alternatif, nasabah mempelajari lebih dalam informasi informasi yang didapatkan dan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari masing-masing bank serta jenis produk tabungan yang ada. Tahap selanjutnya yaitu mengambil keputusan, pada tahap ini nasabah memilih salah satu alternatif dan

mengambil tabungan *mudharabah* untuk memenuhi kebutuhan akan menabung. Setelah keputusan diambil, maka dapat diketahui perilaku sesudah mengambil keputusan berupa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah mengenai keputusan yang diambil. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah* dapat dilihat dari kepuasan atau ketidakpuasan nasabah mengenai dampak yang dihasilkan.

Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah* dapat digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah*. Mengukur keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* dengan menggunakan indikator:

1) Pengenalan Masalah

Dalam hal ini keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* diukur sesuai dengan kebutuhan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen.

2) Pencarian Informasi

Pada tahapan pencarian Informasi, keputusan nasabah dapat diukur dengan pengalaman nasabah dalam mengakses atau mengumpulkan informasi sehingga banyak informasi dapat diserap oleh nasabah.

3) Evaluasi Alternatif

Pada tahapan evaluasi alternatif, keputusan nasabah dapat dinilai dengan pengalaman nasabah dalam mengevaluasi pilihan

yang ada dari banyaknya informasi yang didapatkan. Ketika nasabah telah melewati tahapan ini, maka nasabah memiliki berbagai informasi tentang tabungan *mudharabah* serta mengetahui kekurangan dan kelebihan tabungan *mudharabah* sehingga nasabah dapat memberikan penilaian mengenai seberapa mudah menggunakan tabungan *mudharabah*.

4) Keputusan Membeli atau mengambil.

Dalam hal ini keputusan mengambil tabungan *mudharabah* diukur sesuai dengan perilaku nasabah atas keyakinan atau persepsi yang ada setelah memilih atau mengambil jasa yang akan digunakan serta apakah nasabah langsung menggunakan jasa tersebut atau tidak.

5) Perilaku Pasca Membeli

sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah*, nasabah memberikan penilaian mengenai dampak pada masalah setelah mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya melalui tabungan *mudharabah*.

2. Bagi hasil

Menurut Antonio (2001:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*).

Muhammad (2004:121) menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang

dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai *mudharib* atas pengelolaan dana *mudharabah* tersebut (Wiroso, 2005:88). Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional.

Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya yaitu :

- 1) Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional;
- 2) Prinsip Kesederajatan, dimana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak,

kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank;

- 3) Prinsip Ketentraman. Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin (Mutasowifin dalam Raihanah Daulay, 2010:5).

Distribusi pembagian hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan dana hanya didasarkan pada akad *mudharabah*, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad (Wiroso, 2005:89).

Tabel 4. Perbedaan Bagi Hasil dan Suku Bunga

Bunga	Bagi Hasil
a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad tanpa berpedoman pada untung rugi	Penentuan besarnya rasio bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
b. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
c. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, sekiranya itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua pihak
d. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan
e. Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama termasuk Islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil

Sumber: (Antonio & Karnaaen:1992, 52)

Dalam bagi hasil, penentuan nya dalam bentuk prosentase atau biasa disebut nisbah. Nisbah dalam buku Sri Nurhayati dan Wasilah berjudul Akuntansi Syariah di Indonesia, didefinisikan sebagai besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan. Nisbah mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak dan pemilik dana tidak boleh meminta pembagian keuntungan dengan menyatakan nilai nominal tertentu karena dapat menimbulkan riba (2009:117). Nisbah harus diketahui jelas oleh kedua belah pihak. Jika dalam akad tidak dijelaskan masing-masing porsi maka pembagiannya menjadi 50% dan 50%

Hal – hal yang berkaitan dengan bagi hasil sebagai berikut:

1) Persentase

Nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50:50%, 70:30%, 60:40% atau 55:45%. Jadi nisbah keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal.

2) Bagi Untung dan Bagi Rugi

Dalam kontrak ini, *return* dan *timing cash flow* kita tergantung kepada kinerja riilnya. Bila laba bisnisnya besar, kedua belah pihak mendapat bagian yang besar pula. Bila laba bisnisnya kecil, mereka mendapat bagian yang kecil juga. Filosofi ini hanya dapat berjalan jika nisbah laba di tentukan

dalam bentuk prosentase, bukan dalam bentuk nominal rupiah tertentu.

3) Jaminan

Ketentuan pembagian kerugian bila kerugian yang terjadi hanya murni diakibatkan oleh resiko bisnis (*business risk*), bukan karena risiko karakter buruk *mudharib* (*character risk*). Bila kerugian terjadi karena karakter buruk, misalnya karena *mudharib* lalai dan atau melanggar persyaratan – persyaratan kontrak pembiayaan, maka *shahibul maal* tidak perlu menanggung kerugian seperti itu. Sedangkan untuk *character risk*, *mudharib* pada hakikatnya menjadi wakil dari *shahibul maal* dalam mengelola dana dengan seizin *shahibul maal*, sehingga wajib baginya berlaku amanah. Jika *mudharib* melakukan keteledoran, kelalaian, kecerobohan dalam merawat dan menjaga dana, yaitu melakukan pelanggaran, kesalahan, dan kelewatan dalam perilakunya yang tidak termasuk dalam bisnis pembiayaan yang disepakati, atau ia keluar dari ketentuan yang disepakati, *mudharib* tersebut harus menanggung kerugian pembiayaan sebesar bagian kelalaiannya sebagai sanksi dan tanggung jawabnya. Ia telah menimbulkan kerugian karena kelalaian dan perilaku zalim karena ia telah memperlakukan harta orang lain yang dipercayakan kepadanya di luar ketentuan yang disepakati.

Mudharib tidak pula berhak untuk menentukan sendiri mengambil bagian dari keuntungan tanpa kehadiran atau sepengetahuan *shahibul maal* sehingga *shahibul maal* dirugikan. Jelas hal ini konteksnya adalah *character risk*. Pihak *mudharib* yang lalai atau menyalahi kontrak ini, maka *shahibul-maal* dibolehkan meminta jaminan tertentu kepada *mudharib*. Jaminan ini akan disita oleh *shahib maal* jika ternyata timbul kerugian karena *mudharib* melakukan kesalahan, yakni lalai dan ingkar janji.

4) Menentukan Besarnya Nisbah Keuntungan

Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak. Jadi, angka besaran nisbah ini muncul sebagai hasil tawar – menawar antara *shahib maal* dengan *mudharib*. Dengan demikian, angka nisbah ini bervariasi, bisa 50:50, 60:40, 70:30, 80:20, bahkan 99:1. Namun para ahli fiqih sepakat bahwa nisbah 100:0 tidak diperbolehkan.

Dalam prakteknya di perbankan modern, tawar menawar nisbah hanya terjadi pada deposit dengan jumlah besar karena memiliki daya tawar yang relative tinggi (*special nisbah*). Sedangkan untuk deposit kecil tawar menawar tidak terjadi. Bank syariah hanya mencantumkan nisbah yang ditawarkan, setelah itu deposit boleh setuju atau tidak. Bila tidak setuju, nasabah dipersilakan mencari bank syariah lain yang

menawarkan nisbah yang lebih menarik (Adiwarman, 2013:206-209).

3. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Fajar Laksana, 2008:133). Menurut Indriyo (2000:237) promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan dan menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, uang pada akhirnya akan memberikan kepuasan dan hubungan saling menguntungkan (Selnes, 1996:310). Keberhasilan promosi sendiri ada 2 faktor yaitu pemilihan media promosi yang tepat serta perumusan pesan yang persuasif.

Dalam kegiatan promosi dibutuhkan empat sarana yaitu (Fajar Laksana, 2008:147-162 dan Indriyo, 2000:238-240):

a. Periklanan

Iklan menurut Kotler (2001:578) adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Berdasarkan pengertian tersebut maka

pengiklanan dilakukan perusahaan yang beriklan ke berbagai target pasar (konsumen). Faktor kunci utama periklanan adalah iklan harus menggugah perhatian calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, kemudian para konsumen dibuat untuk memerhatikan produk yang memberikan manfaat atau alasan bagi mereka untuk membeli dan mengingatkan kembali apa alasan konsumen membeli produk (Agus Hermawan, 2012: 72)

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda.

c. Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan penciptaan penjualan.

d. Publisitas

Publisitas adalah ruang editorial yang terdapat di semua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan-tujuan penjualan dan tidak dibayar. Publisitas disebut juga hubungan masyarakat atau *public relation*

Keempat bentuk promosi diatas oleh pengusaha haruslah dikombinasikan sedemikian rupa sehingga secara efektif mempengaruhi konsumen agar tertarik membeli produk yang dipasarkan. Keempat bentuk cara promosi tersebut sering disebut “bauran promosi”. Adapun sifat bauran promosi sesuai dengan media atau variabelnya (Indriyo, 2000: 242-245):

a. Periklanan

Periklanan mempunyai sifat sebagai berikut

1) Memasyarakat

Dengan iklan yang baik dan tepat akan dapat menjangkau masyarakat luas dengan cepat karena pesan dirancang untuk semua konsumen sehingga motivasi pembelian konsumen akan dapat dikenali.

2) Kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi, hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali. Dengan demikian para calon pembeli dapat membandingkan dengan iklan yang dibuat pesaing.

3) Ekspresif

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk sekaligus juga perusahaannya. Hal ini disebabkan periklanan menggunakan seni cetak, warna, suara dan format yang menarik

4) Impersonal

Periklanan hanya merupakan bentuk komunikasi yang monolog. Oleh karena itu konsekuensinya tidak dapat menerima respon dari penerima iklan

5) Efisien

Periklanan dikatakan efisien karena menjangkau masyarakat luas. Sehingga biaya untuk promosi menjadi rendah.

b. Penjualan perorangan

1) Personal

Personal merupakan alat promosi yang terlibat langsung, menanggapi dan berinteraksi secara langsung pula dengan pribadi atau beberapa pribadi yang lainnya.

2) Tanggapan langsung

Karena penjualan perorangan mampu memberikan tanggapan atau reaksi pada konsumen secara langsung, sehingga dapat memberikan kesan baik perusahaan pada konsumennya.

3) Mempererat hubungan perusahaan dan konsumen

Jika penjualan perorangan yang dilakukan perusahaan dapat berjalan secara efektif maka dapat mempererat hubungan perusahaan dengan konsumen. Dikatakan efektif bila komunikator mampu meningkatkan minat dan membina hubungan baik secara jangka panjang.

4) Biaya tinggi

Karena bertatap muka langsung dan memerlukan kesempatan yang banyak, maka biaya persatuan yang ditanggung pembeli menjadi lebih mahal.

c. Promosi penjualan

1) Komunikasi

Promosi penjualan mampu menarik informasi dan sikap konsumen terhadap perusahaan.

2) Insentif

Promosi penjualan dapat dengan jalan memberikan insentif, insentif yang diberikan dapat berupa potongan harga, premi dan sebagainya, sehingga menimbulkan motivasi yang kuat serta kesan yang positif bagi konsumen.

3) Mengundang

Mampu mengundang konsumen dengan segera karena daya tariknya yang tinggi, tetapi efeknya tidak dapat dalam jangka panjang.

d. Publisitas

1) Kredibilitasnya tinggi

Suatu berita, pernyataan ataupun komentar dimedia, baik media cetak ataupun media elektronik yang dapat dipercaya dan familiar sangat berpengaruh besar bagi pembaca terhadap kesan perusahaan dan barangnya. Kredibilitas tinggi karena publikasi bukan merupakan propaganda, karena tidak dibiayai oleh perusahaan pemilik produk atau jasa.

2) Dapat menembus batas perasaan (tak disangka sangka)

Publisitas ini mampu menjangkau konsumen yang tidak menyukai iklan. Karena kesan yang timbul dari publisitas ini adalah berita yang bersifat bebas dan tidak memihak.

3) Dapat mendramatisir

Publisitas juga mampu mendramatisir seperti halnya iklan tetapi pendramatisiran publisitas lebih dipercaya daripada iklan karena yang melakukannya bukan perusahaan yang bersangkutan.

Perlu diketahui bahwa tujuan utama perusahaan mengadakan promosi adalah:

- a. Memberikan informasi
- b. Untuk mempengaruhi
- c. Untuk mengingatkan kembali konsumen terhadap produk perusahaan.

(Indriyo, 2000:240-241)

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock (1988:229) bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas menunjukkan sesuatu yang sudah sesuai dengan standar seperti yang tertuang dalam ISO 8420 (Vincent Gaspersz, 1997:5) bahwa kualitas adalah totalitas dari suatu karakteristik pelayanan yang sesuai dengan standar atau persyaratan. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2005:115). Kualitas

memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Pelayanan (*service*) menurut Kotler (1996: 578) adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purna-beli (Fandy Tjiptono, 2005: 2)

Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan (Fandy Tjiptono, 2005: 121). Dalam studinya Parasuraman (1988: 23) menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi *SERVICES QUALITY* (dimensi kualitas pelayanan):

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, dan lain

sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompeten (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu

pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan ((Fandy Tjiptono, 2005: 133-135).

Pada dasarnya, definisi kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

B. Penelitian Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay (2010) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada bank Mandiri syariah dikota Medan, diketahui 1) pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menabung (Y) nilai t hitung sebesar $3,163 > t \text{ tabel } 1,96$ serta nilai signifikan sebesar 0.002 dan *standardized coefficient* variabel kualitas pelayanan adalah 0.258. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung tinggi, yaitu pada tingkat kepercayaan 95 %. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. 2) bagi hasil (X2) terhadap keputusan menabung (Y) nilai t hitung sebesar $3,749 > t \text{ tabel } 1,96$ serta nilai signifikan sebesar 0.000 dan *standardized coefficient* variabel kualitas pelayanan adalah 0.306. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menabung tinggi, yaitu pada tingkat kepercayaan 95 %. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa ada pengaruh yang signifikan bagi hasil terhadap keputusan menabung. 3) nilai F hitung sebesar $22,56 > F \text{ tabel } 2.60$ dan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa sebenarnya pengaruh antara (kualitas pelayanan dan bagi hasil) secara

bersama-sama terhadap keputusan menabung tinggi yaitu mencapai pada tingkat kepercayaan sebesar 95 %. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan bagi hasil secara bersama terhadap keputusan menabung nasabah. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan bagi hasil. Yang menjadi perbedaan adalah variabel y yang digunakan dalam penelitian ini tidak spesifik, sedangkan penelitian yang saya lakukan tabungan lebih dispesifikkan yaitu tabungan *mudharabah*

2. Penelitian yang dilakukan oleh Neneng Fajriyah (2013) dengan judul Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. Diketahui, penelitian ini mengindikasikan bahwa motivasi promosi, reputasi, dan lokasi strategis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini juga disimpulkan bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya adalah reputasi sebesar 3,301 atau 33,01%, dan variabel yang paling kecil pengaruhnya adalah lokasi strategis sebesar 2,708 atau 27,08% . sedangkan variabel promosi pengaruhnya sebesar 2,753 atau 27,53%. Persamaan penelitian ini adalah digunakannya variabel yang sama yaitu promosi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel y yang digunakan dalam penelitian lebih dispesifikkan yaitu menggunakan Tabungan Haji, sedangkan penelitian

yang saya lakukan tabungan tidak dispesifikkan yaitu tabungan *mudharabah*.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Untuk dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa maka pihak perbankan syariah perlu menyusun suatu strategi yang tepat terpadu dan berkesinambungan, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menambah media promosi dan mengoptimalkan bagi hasil.

Beberapa faktor yang berpengaruh dalam keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* adalah bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan:

1. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maa'*) dan pengelola (*Mudharib*). Makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Bagi Hasil secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah tabungan

mudharabah karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah.

2. Pengaruh promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Pada bagian promosi, peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pihak bank dan nasabah, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pihak bank dan nasabah, pada akhirnya akan memberikan kepuasan setelah membeli suatu produk. Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Kunci kemenangan bank dalam persaingan industry perbankan adalah kualitas pelayanannya dimana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Yang menjadi indikator dalam kualitas pelayanan adalah bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphathy*). Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan

kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan konsumen kecewa. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan akan membeli produk atau jasa kembali atau tidak. Kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi nasabah dalam memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena kualitas pelayanan tersebut menunjang sikap nasabah dalam mengambil keputusan.

4. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi , dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Bagi hasil menjadi salah satu strategi bank syariah untuk dapat menarik minat nasabah dalam menginvestasikan dananya di bank syariah. Bank yang mampu menawarkan nisbah lebih tinggi akan lebih diminati oleh nasabah. Nasabah akan lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya di bank dengan bagi hasil tinggi dengan harapan *return* yang tinggi.

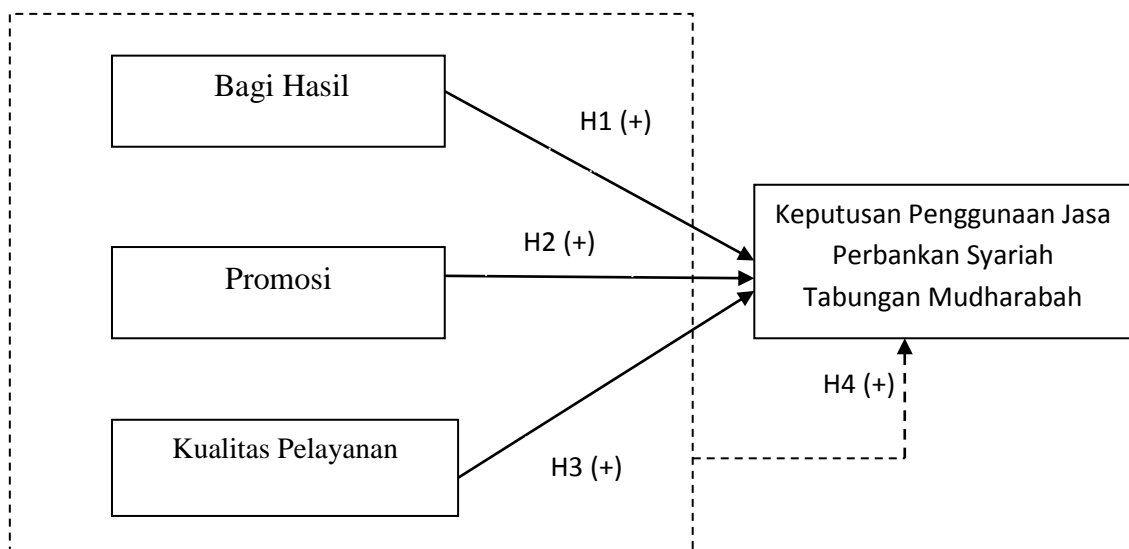
Namun, selain tingkat suku bunga ada beberapa hal yang harus diperhatikan bank untuk dapat menarik minat nasabah. Promosi menjadi salah satu hal penting dalam upaya menarik minat nasabah. Dengan melakukan promosi atas produk-produk yang ditawarkan bank kepada nasabah maka pengetahuan/informasi yang akan diperoleh nasabah terkait produk-produk bank tersebut menjadi lebih luas. Dengan demikian nasabah akan lebih tahu banyak informasi sehingga dapat memutuskan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan promosi yang tepat maka akan dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan bank.

Hal penting lain yang harus diperhatikan bank adalah mengenai kualitas pelayanan bank. Nasabah akan lebih senang terhadap bank yang peka terhadap kebutuhan nasabahnya. Kepekaan bank terhadap nasabah

ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank akan meningkatkan tingkat pengambilan keputusan nasabah untuk menabung di bank tersebut.

D. Paradigma Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara masing-masing variabel dapat dilihat pada pola berikut ini:



Keterangan :

—————▶ : Garis Regresi Sederhana

- - - - -▶ : Garis Regresi Berganda

E. Hipotesis Penelitian

H1 : Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*

H2 : Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*

- H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*
- H4 : Bagi hasil , promosi dan Kualitas pelayanan bersama-sama positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* secara bersama-sama

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut pendekatannya penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Berdasarkan masalahnya penelitian ini termasuk penelitian kausal komparatif. Menurut Mudrajat Kuncoro (2003:252) penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang menjadi penyebab melalui data tertentu. Berdasarkan jenis data pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angka- angka yang diolah melalui analisis statistik.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah bank Muamalat cabang Pekalongan. Sedangkan objek dalam penelitian ini ialah hasil kuesioner yang telah diisi oleh nasabah bank Muamalat cabang Pekalongan, yang berhubungan dengan penelitian ini.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006: 60). Variabel penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama yaitu variabel dependen dan

variabel independen. Berikut ini adalah pengukuran masing- masing variabel yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel ini dinyatakan dalam tanda Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*. Yang dimaksud Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah* adalah pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah yaitu tabungan berakad *mudharabah* yang melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah dimana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

2. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel independen dalam penelitian ini ada tiga yaitu:

a. Bagi Hasil

Bagi Hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Wujud bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya

seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan.

b. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi. Informasi yang diberikan bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank. Kegiatan promosi dibutuhkan empat sarana berupa Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Penjualan tatap muka (*Personal Selling*) dan Publisitas atau *Public Relation* (PR)

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi di bank yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kenyamanan serta empati. Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2010:115). Populasi dalam penelitian ini adalah 18.781 nasabah yang menggunakan jasa perbankan syariah tabungan berakad *mudharabah*

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:16) sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi.

Suharsimi Arikunto, (1998: 221) menyatakan bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Definisi metode *purposive sampling* menurut Sugiyono, (2007: 78) adalah: “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” seperti pernah melakukan transaksi tabungan *mudharabah* di Bank Muamalat, nasabah yang sudah mampu membedakan baik maupun buruknya suatu kualitas produk, pelayanan, variasi dan kesesuaian harga. Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian nasabah tabungan *mudharabah* yang pernah melakukan transaksi di Bank Muamalat Cabang Pekalongan.

Penentuan besarnya jumlah sampel dicari dengan menggunakan metode Sevilla yaitu menentukan sampel dari suatu populasi dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

dimana :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas kesalahan (10%)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara :

$$n = \frac{18.781}{1 + 18.781 (0,1^2)}$$

$n = 99,22$ dibulatkan menjadi 100 sampel.

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pemilik tabungan mudharabah yang pernah melakukan transaksi di Bank Muamalat Cabang Pekalongan.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara personal. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan dan peneliti dapat memberikan penjelasan mengenai tujuan survei dan pertanyaan yang kurang dipahami oleh responden serta tanggapan atas kuesioner dapat langsung dikumpulkan oleh peneliti setelah diisi oleh responden. Kuesioner secara personal digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-4 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai. Skala Likert menurut Sugiyono (2009:132) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai skala sangat negatif. Dalam penelitian ini instrumen penelitian dibuat dalam bentuk *checklist* yang setiap itemnya mengandung bobot/nilai yang diperoleh berdasarkan tanggapan responden yang bersangkutan. (kalimat keterangan untuk merujuk ke Tabel 5).

Tabel 5. Kisi - kisi Instrumen

No	Variabel Penelitian	Indikator	No. Item Instrumen
1	(Y) Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i>	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian	32,33 34,35 36,37 38,39 40,41
2	(X1) Bagi Hasil (Adiwarman, 2013)	a. Prosentase b. Bagi untung dan Bagi Rugi c. Jaminan d. Penentuan besarnya Nisbah	1,2,3 4,5 6,7 8,9
3	(X2) Promosi (Fajar Laksana, 2008)	a. Periklanan b. Penjualan perorangan c. Promosi penjualan d. Publisitas	10,11 12,13 14,15 16,17
4	(X3) Kualitas Pelayanan (Parasuraman, 1990)	a. bukti langsung (<i>tangibles</i>), b. keandalan (<i>reliability</i>), c. daya tanggap (<i>responsiveness</i>), d. jaminan (<i>assurance</i>), dan e. empati (<i>emphathy</i>).	18,19,20 21,22 23,24 25,26,27,28,29 30,31

Tabel 6. Bobot Jawaban Instrumen

Jawaban	Arti	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui kualitas layanan dan minat nasabah untuk menggunakan jasa.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas Instrumen

Menurut Imam Ghozali (2006:52), Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid tidak suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer.

Perhitungan validitas instrumen didasarkan perbandingan antara r hitung dan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel pada signifikan 5% maka data bisa dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan SPSS.

Adapun hasil uji validitas pada variabel bagi hasil disajikan dalam Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Bagi Hasil

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Butir 1	0,605	0,3	Valid
Butir 2	0,699	0,3	Valid
Butir 3	0,633	0,3	Valid
Butir 4	0,572	0,3	Valid
Butir 5	0,744	0,3	Valid
Butir 6	0,704	0,3	Valid
Butir 7	0,553	0,3	Valid
Butir 8	0,730	0,3	Valid
Butir 9	0,698	0,3	Valid

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada uji validitas diketahui semua pertanyaan dalam kuesioner valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Adapun hasil uji validitas pada variabel promosi disajikan dalam Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Promosi

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Butir 1	0,647	0,3	Valid
Butir 2	0,418	0,3	Valid
Butir 3	0,394	0,3	Valid
Butir 4	0,498	0,3	Valid
Butir 5	0,738	0,3	Valid
Butir 6	0,715	0,3	Valid
Butir 7	0,492	0,3	Valid
Butir 8	0,429	0,3	Valid

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada uji validitas diketahui semua pertanyaan dalam kuesioner valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Adapun hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan disajikan dalam Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Butir 1	0,430	0,3	Valid
Butir 2	0,470	0,3	Valid
Butir 3	0,576	0,3	Valid
Butir 4	0,532	0,3	Valid
Butir 5	0,423	0,3	Valid
Butir 6	0,461	0,3	Valid
Butir 7	0,497	0,3	Valid
Butir 8	0,649	0,3	Valid
Butir 9	0,431	0,3	Valid
Butir 10	0,587	0,3	Valid
Butir 11	0,585	0,3	Valid
Butir 12	0,445	0,3	Valid
Butir 13	-0,016	0,3	Gugur
Butir 14	0,658	0,3	Valid

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada uji validitas diketahui tidak semua pertanyaan dalam kuesioner valid.

Pertanyaan no 13 dinyatakan gugur karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.

Adapun hasil uji validitas pada variabel keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah* disajikan dalam Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Butir 1	0,500	0,3	Valid
Butir 2	0,395	0,3	Valid
Butir 3	0,563	0,3	Valid
Butir 4	0,488	0,3	Valid
Butir 5	0,395	0,3	Valid
Butir 6	0,498	0,3	Valid
Butir 7	0,467	0,3	Valid
Butir 8	0,665	0,3	Valid
Butir 9	0,505	0,3	Valid
Butir 10	0,568	0,3	Valid

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada uji validitas diketahui semua pertanyaan dalam kuesioner valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan (Suharsimi Arikunto, 1993: 164).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha Cronbach

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir

σ_t^2 : varian total

(Arikunto, 1993:165 dan sugiyono, 2012:365)

Adapun dikatakan reliabel apabila nilai Alpha lebih dari 0,6, dan apabila nilai Alpha kurang dari 0,6 maka data dikatakan tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan SPSS (Imam Ghazali 2006:48).

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 11 berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Bagi Hasil	0,896	Reliabel
Promosi	0,820	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,829	Reliabel
Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i>	0,810	Reliabel

Sumber: Data Primer 2011

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada semua variabel diatas 0,800. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai 0,600 sehingga jawaban-jawaban responden dari variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006:160). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji sampel penelitian dengan pengujian *kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah sampel merupakan jenis distribusi normal. Jika angka signifikansi K-S Sig >0,05 maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya jika angka signifikansi K-S Sig <0,05 maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal (Husein Umar,2010:79).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) berbentuk linear atau tidak.

Adapun rumus digunakan dalam uji linearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$F_{\text{reg}} = \frac{RK_{\text{reg}}}{RK_{\text{res}}}$$

Keterangan:

F_{reg} = harga bilangan –F untuk garis regresi;

RK_{reg} = Rerata Kuadrat garis regresi; dan

RK_{res} = Rerata Kuadrat residu

Kriteria yang digunakan yaitu apabila harga F_{hitung} lebih kecil dari pada F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, maka model linier tersebut dapat diterima karena pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat berbentuk linier. Sebaliknya jika harga F_{hitung} lebih besar dari harga F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% maka pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat tidak berbentuk linier. Sedangkan uji regresi ganda hanya dapat dilanjutkan apabila data tersebut linier.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah

yang homoskedasitas atau yang tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali, 2006:139). Dalam penelitian ini, uji heteroskedasitas menggunakan uji glejser. Untuk mengetahui tidak adanya heteroskedasitas ditunjukkan dengan tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut Residual* (AbsRes). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 persen (Ghozali, 2006:143).

d. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2006:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum adalah:

Jika nilai *tolerance* < 10 persen, dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

$$TOLERANCE = 1/VIF$$

(Kismiantini, 2011: 30)

4. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/ dirubah-rubah

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = subyek dalam variabel dependen yang dipresiksikan

a = Harga Y ketika harga X = 0

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

(Sugiyono, 2012: 261)

b) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2012:275) analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*

X_1 = Bagi hasil

X_2 = Promosi

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = Penambahan variabel bebas

c) Uji statistik (uji t)

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (2) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang

dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

d) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X secara terhadap Y secara bersama-sama

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R)^2/(n-k-1)}$$

Keterangan

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

(1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

(2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka signifikan.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak signifikan.

(Sugiyono, 2010: 266)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan hasil penelitian yang meliputi: gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif, pengkategorian variabel penelitian, pengujian prasyarat analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*. Responden dalam penelitian ini yaitu responden pemilik tabungan mudharabah yang pernah melakukan transaksi di Bank Muamalat Cabang Pekalongan sebanyak 100 orang.

1. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, Pekerjaan, dan Pendidikan. Deskripsi karakteristik responden disajikan.

a. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 12 berikut ini:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	55	55,0
Wanita	45	45,0
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel 12 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 55 orang (55%) dan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 45 orang (45%).

b. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	23	23,0
PNS/Guru/Polisi	30	30,0
Karyawan	47	47,0
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel 13 di atas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 23 orang (23%), responden dengan PNS/Guru/Polisi sebanyak 30 orang (30%), responden dengan pekerjaan karyawan sebanyak 47 orang (47%).

c. Pendidikan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan disajikan pada Tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	1	1
SMP	16	16
SMA	39	39
D3	22	22
S1	14	14
S2	8	8
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer 2015

Tabel 14 di atas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 1 orang (1%), responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 16 orang (16%), responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 39 orang (39%), responden dengan tingkat pendidikan D3 sebanyak 22 orang (22%), responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 14 orang (14%), dan responden dengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 8 orang (8%).

2. Analisis Deskriptif

Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*. Data hasil penelitian kemudian dikategorikan

ke dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pengkategorian tersebut didasarkan pada nilai rerata dan simpangan baku pada masing-masing variabel penelitian. Hasil kategorisasi tersebut disajikan berikut ini:

a. Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 10 butir pernyataan yang diberikan kepada 100 orang. Penilaian ini menggunakan model skala *likert* dengan lima alternatif jawaban, dimana diperoleh skor tertinggi adalah 40 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 10) = 40$ dan skor terendah adalah sebesar 10 dari skor terendah yang mungkin dicapai $(1 \times 10) = 10$. Dari skor tersebut kemudian dianalisis dengan pengolah data dan diperoleh *Mean* sebesar 33,5900; *Median* sebesar 34,0000; *Mode* sebesar 33,00; dan *Standar Deviasi* sebesar 3,35175. Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 100 \\ &= 1 + (3,3 \times 2) \\ &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

b. Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang data (R)} = \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}$$

$$= 39 - 22 = 17$$

c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang kelas (P)} = \frac{\text{Rentang data}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

$$= 17/8 = 2,13 \text{ dibulatkan menjadi } 2,1$$

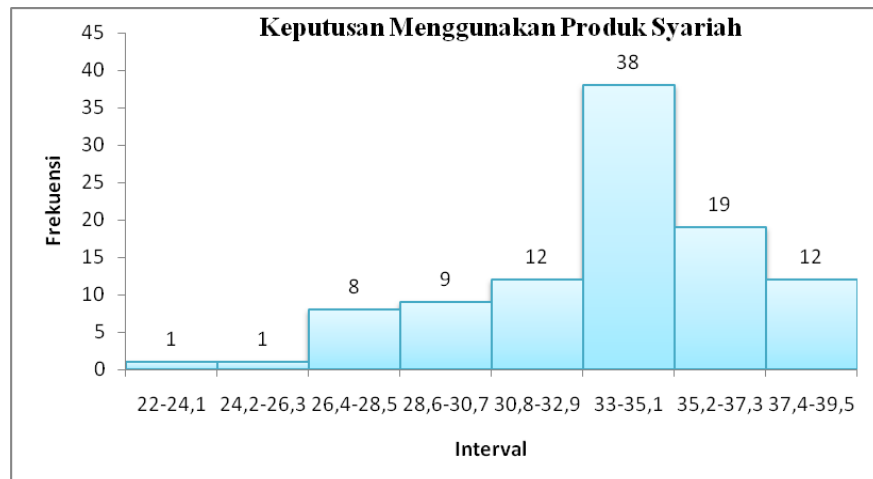
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	37,4-39,5	12	12%
2	35,2-37,3	19	19%
3	33,0-35,1	38	38%
4	30,8-32,9	12	12%
5	28,6-30,7	9	9%
6	26,4-28,5	8	8%
7	24,2-26,3	1	1%
8	22-24,1	1	1%
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas kemudian dapat digambarkan histogram untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pemusatan dan penyebaran data Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Histogram Distribusi Frekuensi Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

Identifikasi kecenderungan mengenai tinggi rendahnya Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah dalam penelitian ini menggunakan penentuan *mean* atau rata-rata dan standar deviasi ideal. Berdasarkan harga skor ideal tersebut dapat dikategorikan menjadi empat kategori kecenderungan menurut Djemari Mardapi (2008: 123), yaitu sebagai berikut:

Kelompok Sangat Tinggi	: $X > (Mi + 1,5.SDi)$
Kelompok Tinggi	: $Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi)$
Kelompok Rendah	: $(Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi$
Kelompok Sangat Rendah	: $X < (Mi - 1,5.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Sedangkan harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal } (Mi) &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (40+10) \\
 &= \frac{1}{2} (50) = 25,0
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Standar Deviasi ideal} &= \frac{1}{6} (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (40-10) \\
 &= \frac{1}{6} (30) = 5,0 \\
 \\
 \text{Kelompok Sangat Tinggi} &= X > (Mi + 1,5.SDi) \\
 &= X > (25,0 + 7,5) \\
 &= X > 32,5 \\
 &= > 32,5 \\
 \\
 \text{Kelompok Tinggi} &= Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi) \\
 &= 25,0 \leq X \leq (25,0 + 7,5) \\
 &= 25,0 \leq X \leq 32,5 \\
 &= 25,0 - 32,5 \\
 \\
 \text{Kelompok Rendah} &= (Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi \\
 &= (25,0 - 7,5) \leq X < 25,0 \\
 &= 17,5 \leq X < 25,0 \\
 &= 17,5 - 25,0 \\
 \\
 \text{Kelompok Sangat Rendah} &= X < (Mi - 1,5.SDi) \\
 &= X < (25,0 - 7,5) \\
 &= X < 17,5 \\
 &= < 17,5
 \end{aligned}$$

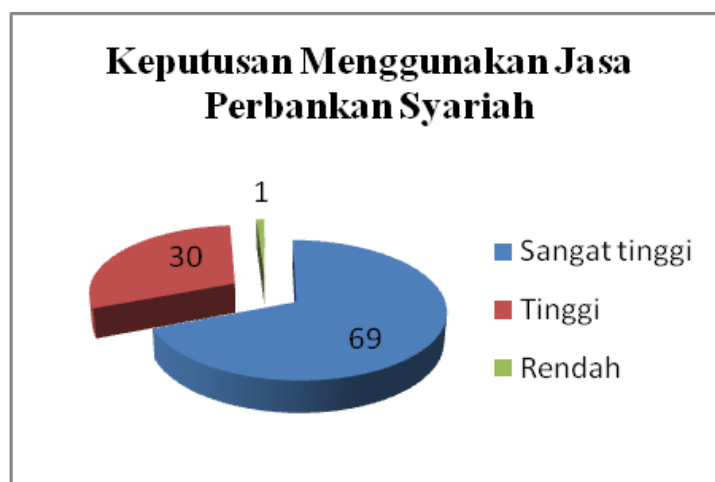
Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah dapat dibuat pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Kategori Kecenderungan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	> 32,5	69	69,0	Sangat tinggi
2	25,0-32,5	30	30,0	Tinggi
3	17,5-25,0	1	1,0	Rendah
Total		100	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 16 di atas, dapat diketahui bahwa Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah cenderung sangat tinggi, yaitu ditunjukkan dengan 69 orang (69,0%) yang berada dalam kategori tinggi yaitu 30 orang (30,0%) dan yang berada dalam kategori rendah sebanyak 1 orang (1,0%). Gambar 8 berikut ini merupakan diagram lingkaran (*Pie Chart*) sebagai ilustrasi kecenderungan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.



Gambar 2. Distribusi Kecenderungan Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

b. Bagi Hasil

Variabel Bagi Hasil diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 9 butir pernyataan yang diberikan kepada 100 orang. Penilaian ini menggunakan model skala *likert* dengan lima alternatif jawaban, dimana diperoleh skor tertinggi adalah 36 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 9) = 36$ dan skor terendah adalah sebesar 9 dari skor terendah yang mungkin dicapai

$(1 \times 9) = 9$. Dari skor tersebut kemudian dianalisis program pengolah data sehingga diperoleh *Mean* sebesar 27,8800; *Median* sebesar 28,0000; *Mode* sebesar 31,00; dan Standar Deviasi sebesar 3,49395. Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Bagi Hasil dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 100 \\ &= 1 + (3,3 \times 2) \\ &= 7,60 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\ &= 35 - 19 = 16 \end{aligned}$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\ &= 16/8 = 2 \end{aligned}$$

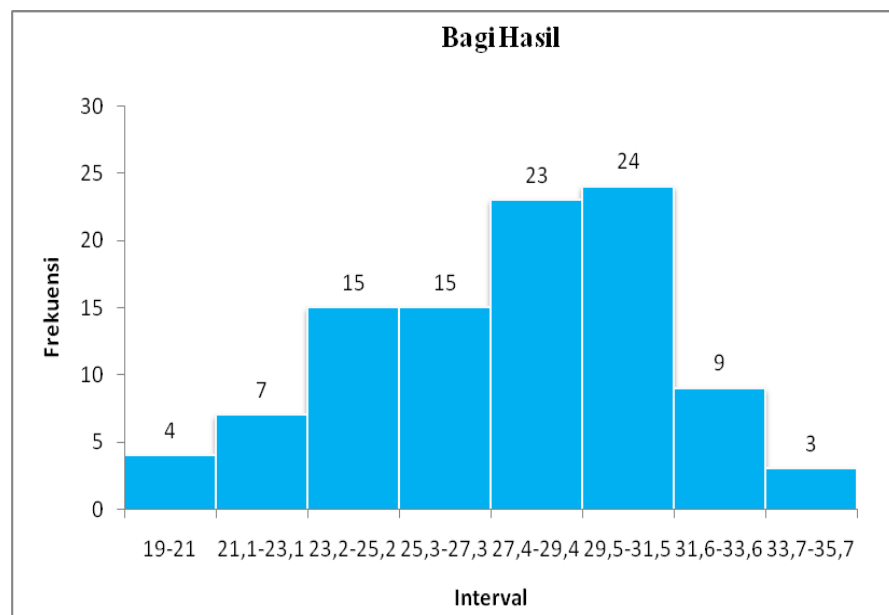
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat distribusi frekuensi yang disajikan dalam Tabel 17 sebagai berikut:

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Bagi Hasil

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	33,7 - 35,7	3	3%
2	31,6 - 33,6	9	9%
3	29,5 - 31,5	24	24%
4	27,4 - 29,4	23	23%
5	25,3 - 27,3	15	15%
6	23,2 - 25,2	15	15%
7	21,1 - 23,1	7	7%
8	19 - 21,0	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas kemudian dapat digambarkan histogram untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pemusatan dan penyebaran data Bagi Hasil, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Bagi Hasil

Identifikasi kecenderungan mengenai tinggi rendahnya Bagi Hasil dalam penelitian ini menggunakan penentuan *mean* atau rata-rata dan standar deviasi ideal. Berdasarkan harga skor ideal tersebut dapat dikategorikan menjadi empat kategori kecenderungan menurut Djemari Mardapi (2008: 123), yaitu sebagai berikut:

- Kelompok Sangat Tinggi : $X > (Mi + 1,5.SDi)$
- Kelompok Tinggi : $Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi)$
- Kelompok Rendah : $(Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi$
- Kelompok Sangat Rendah : $X < (Mi - 1,5.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Sedangkan harga Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Mean ideal } (M_i) &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (36+9) \\ &= \frac{1}{2} (45) = 22,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar Deviasi ideal} &= \frac{1}{6} (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (36-9) \\ &= \frac{1}{6} (27) = 4,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Sangat Tinggi} &= X > (M_i + 1,5.SD_i) \\ &= X > (22,5+6,75) \\ &= X > 29,25 \\ &= > 29,25\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Tinggi} &= M_i \leq X \leq (M_i + 1,5.SD_i) \\ &= 22,5 \leq X \leq (22,5 + 6,75) \\ &= 22,5 \leq X \leq 29,25 \\ &= 22,5 - 29,25\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Rendah} &= (M_i - 1,5.SD_i) \leq X < M_i \\ &= (22,5 - 6,75) \leq X < 22,5 \\ &= 15,75 \leq X < 22,5 \\ &= 15,75 - 22,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Sangat Rendah} &= X < (M_i - 1,5.SD_i) \\ &= X < (22,5 - 6,75) \\ &= X < 15,75 \\ &= < 15,75\end{aligned}$$

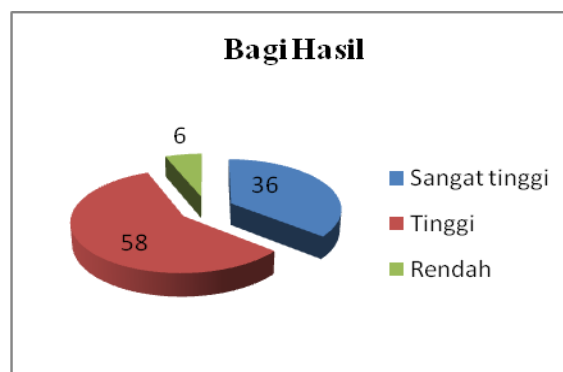
Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Bagi Hasil dapat dibuat pada Tabel 18 berikut ini:

Tabel 18. Kategori Kecenderungan Bagi Hasil

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	> 29,25	36	36,0	Sangat tinggi
2	22,5 – 29,25	58	58,0	Tinggi
3	15,75-22,5	6	6,0	Rendah
Total		100	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel Bagi Hasil cenderung tinggi, yaitu ditunjukkan dengan 58 orang (58,0%) .

**Gambar 4. Distribusi Kecenderungan Variabel Bagi Hasil**

c. Promosi

Variabel Promosi diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 8 butir pernyataan yang diberikan kepada 100 orang. Penilaian ini menggunakan model skala *likert* dengan lima alternatif jawaban, dimana diperoleh skor tertinggi adalah 32 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 8) = 32$ dan skor terendah adalah sebesar 8 dari skor terendah yang mungkin dicapai $(1 \times 8) = 8$. Dari skor tersebut kemudian dianalisis dan diperoleh *mean* sebesar 24,0800; *median* sebesar 24,0000; *mode*

sebesar 26,00; dan standar deviasi sebesar 3,37753. Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Promosi dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\text{Jumlah kelas interval (K)} = 1 + 3,3 \log n$$

$$= 1 + 3,3 \log 100$$

$$= 1 + (3,3 \times 2)$$

$$= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang data (R)} = \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}$$

$$= 31 - 17 = 14$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang kelas (P)} = \frac{\text{Rentang data}}{\text{jumlah kelas interval}}$$

$$= 14/8 = 1,75 \text{ dibulatkan menjadi } 1,8$$

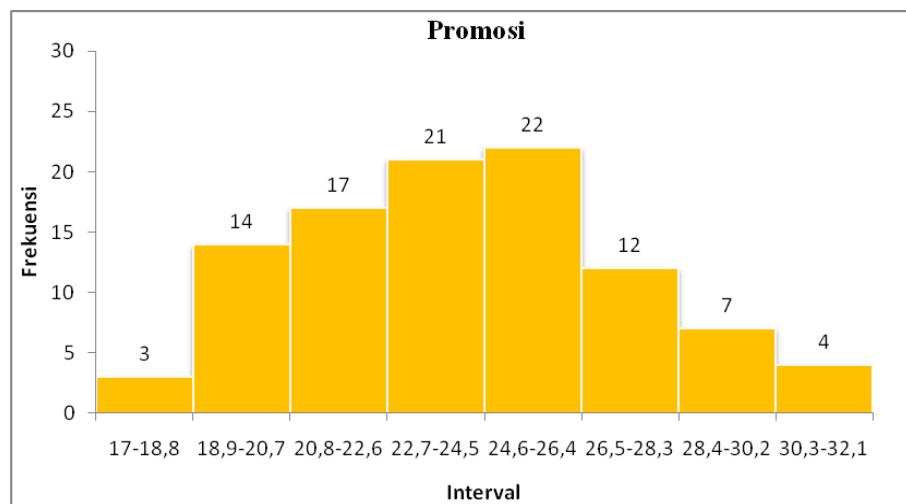
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Promosi

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	30,3-32,1	4	4%
2	28,4-30,2	7	7%
3	26,5-28,3	12	12%
4	24,6-26,4	22	22%
5	22,7-24,5	21	21%
6	20,8-22,6	17	17%
7	18,9-20,7	14	14%
8	17-18,8	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas kemudian dapat digambarkan histogram untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pemusatan dan penyebaran data Promosi, yaitu sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Promosi

Identifikasi kecenderungan mengenai tinggi rendahnya Promosi dalam penelitian ini menggunakan penentuan *mean* atau rata-rata dan standar deviasi ideal. Berdasarkan harga skor ideal tersebut dapat dikategorikan menjadi empat kategori kecenderungan menurut Djemari Mardapi (2008: 123), yaitu sebagai berikut:

- Kelompok Sangat Tinggi : $X > (Mi + 1,5.SDi)$
- Kelompok Tinggi : $Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi)$
- Kelompok Rendah : $(Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi$
- Kelompok Sangat Rendah : $X < (Mi - 1,5.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Sedangkan harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

Mean ideal (M_i)	$= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah})$ $= \frac{1}{2} (32+8)$ $= \frac{1}{2} (40) = 20$
Standar Deviasi ideal	$= \frac{1}{6} (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah})$ $= \frac{1}{6} (32-8)$ $= \frac{1}{6} (24) = 4$
Kelompok Sangat Tinggi	$= X > (M_i + 1,5.SD_i)$ $= X > (20 + 6)$ $= X > 26$ $= > 26$
Kelompok Tinggi	$= M_i \leq X \leq (M_i + 1,5.SD_i)$ $= 20 \leq X \leq (20 + 6)$ $= 20 \leq X \leq 26$ $= 20 - 26$
Kelompok Rendah	$= (M_i - 1,5.SD_i) \leq X < M_i$ $= (20 - 6) \leq X < 20$ $= 14 \leq X < 20$ $= 14 - 20$
Kelompok Sangat Rendah	$= X < (M_i - 1,5SD_i)$ $= X < (20 - 6)$ $= X < 14$ $= < 14$

Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Promosi dapat dibuat pada Tabel 20 berikut ini:

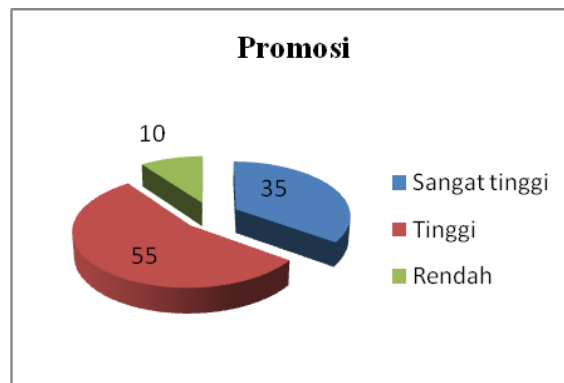
Tabel 20. Histogram Distribusi Frekuensi Promosi

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	>26	35	35,0	Sangat tinggi
2	20-26	55	55,0	Tinggi
3	14-20	10	10,0	Rendah
Total		100	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa Promosi cenderung tinggi, yaitu ditunjukkan dengan penilaian dari 100orang (100%), yang berada dalam kategori sangat tinggi sebanyak 35 orang (35,0%), yang berada dalam kategori rendah sebanyak 10 orang (10%), dan kategori tinggi sebanyak 55 orang (55%).

Gambar berikut merupakan diagram lingkaran (*Pie Chart*) sebagai ilustrasi kecenderungan Promosi.



Gambar 6. *Pie-Chart* Distribusi Kecenderungan Variabel Promosi

d. Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan angket yang terdiri dari 13 butir pernyataan yang diberikan kepada

100orang. Penilaian ini menggunakan model skala *likert* dengan lima alternatif jawaban, dimana diperoleh skor tertinggi adalah 52 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 13) = 52$ dan skor terendah adalah sebesar 13 dari skor terendah yang mungkin dicapai $(1 \times 13) = 13$. Dari skor tersebut kemudian dianalisis dan diperoleh *Mean* sebesar 37,5700; *Median* sebesar 37,0000; *Mode* sebesar 36,00; dan *Standar Deviasi* sebesar 5,20539. Untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Kualitas Pelayanan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}\text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 100 \\ &= 1 + (3,3 \times 2) \\ &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 8\end{aligned}$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}\text{Rentang data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\ &= 49 - 28 = 21\end{aligned}$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}\text{Panjang kelas (P)} &= \frac{\text{Rentang data}}{\text{Jumlah kelas interval}} \\ &= 21/8 = 2,63 \text{ dibulatkan menjadi } 2,6\end{aligned}$$

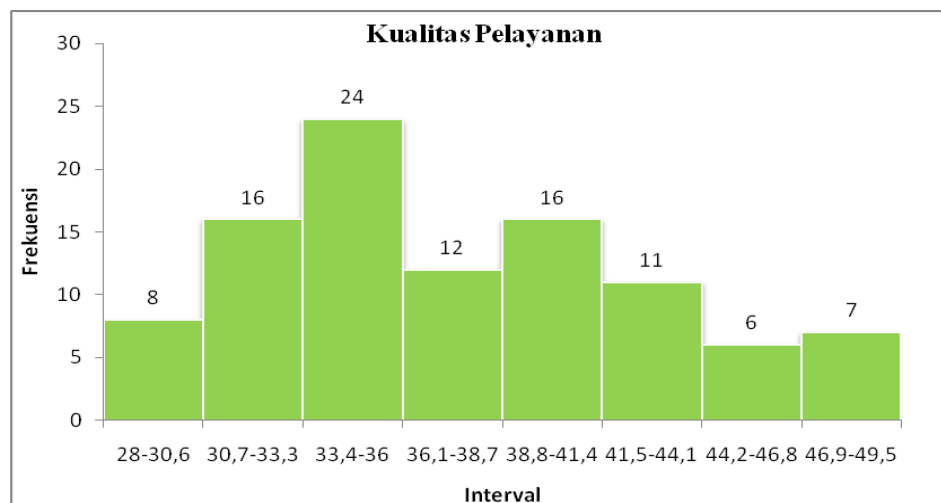
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dibuat tabel tentang distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 21. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	46,9-49,5	7	7%
2	44,2-46,8	6	6%
3	41,5-44,1	11	11%
4	38,8-41,4	16	16%
5	36,1-38,7	12	12%
6	33,4-36,0	24	24%
7	30,7-33,3	16	16%
8	28-30,6	8	8%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas kemudian dapat digambarkan histogram untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pemusatan dan penyebaran data Kualitas Pelayanan, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan**

Identifikasi kecenderungan mengenai tinggi rendahnya Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini menggunakan penentuan *mean* atau rata-rata dan standar deviasi ideal. Berdasarkan harga

skor ideal tersebut dapat dikategorikan menjadi empat kategori kecenderungan menurut Djemari Mardapi (2008: 123), yaitu sebagai berikut:

Kelompok Sangat Tinggi	: $X > (Mi + 1,5.SDi)$
Kelompok Tinggi	: $Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi)$
Kelompok Rendah	: $(Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi$
Kelompok Sangat Rendah	: $X < (Mi - 1,5.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Sedangkan harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (52+13) \\ &= \frac{1}{2} (65) = 32,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar Deviasi ideal} &= \frac{1}{6} (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (52-13) \\ &= \frac{1}{6} (39) = 6,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Sangat Tinggi} &= X > (Mi + 1,5.SDi) \\ &= X > (32,5 + 9,75) \\ &= X > 42,25 \\ &= > 42,25\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Tinggi} &= Mi \leq X \leq (Mi + 1,5.SDi) \\ &= 32,5 \leq X \leq (32,5 + 9,75) \\ &= 32,5 \leq X \leq 42,25 \\ &= 32,5 - 42,25\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Rendah} &= (Mi - 1,5.SDi) \leq X < Mi \\ &= (32,5 - 9,75) \leq X < 32,5 \\ &= 22,75 \leq X < 32,5 \\ &= 22,75 - 32,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Kelompok Sangat Rendah} &= X < (Mi - 1,5.SDi) \\ &= X < (32,5 - 9,75) \\ &= X < 22,75\end{aligned}$$

$$= < 22,75$$

Mengacu pada penghitungan kategorisasi yang telah dihitung tersebut, maka distribusi kategori kecenderungan Kualitas Pelayanan dapat dibuat pada Tabel 22 berikut ini:

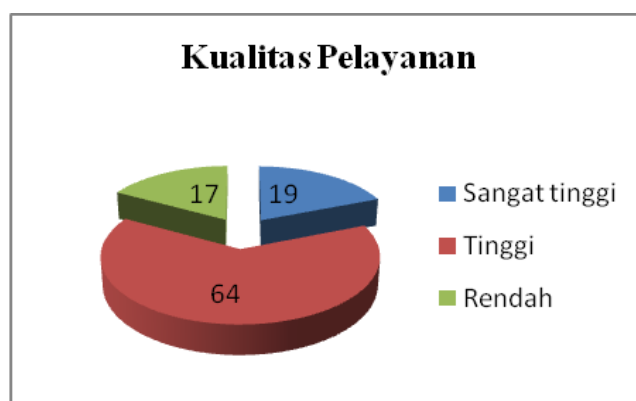
Tabel 22. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	> 42,25	19	19,0	Sangat tinggi
2	32,5-42,25	64	64,0	Tinggi
3	22,75-32,5	17	17,0	Rendah
Total		100	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 22 di atas, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan cenderung tinggi, yaitu ditunjukkan dengan 64 orang (64,0%) yang berada dalam kategori sangat tinggi yaitu 19 orang (19,0%), yang berada dalam kategori rendah sebanyak 17 orang (17,0%).

Gambar 8 berikut ini merupakan diagram lingkaran (*Pie Chart*) sebagai ilustrasi kecenderungan Kualitas Pelayanan.



Gambar 8. *Pie-Chart* Distribusi Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan

3. Uji Prasyarat Analisis

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diujikan pada masing-masing variabel penelitian yang meliputi: Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dan variabel penelitian disajikan berikut.

Tabel 23. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03384750
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,037
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,898
Asymp. Sig. (2-tailed)		,395

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer 2015

Berdasarkan hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* pada residual yang telah dilakukan menggunakan program pengolahan data dan diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,898 dan nilai signifikansi residual sebesar 0,395.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel dan variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data variabel penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Hasil rangkuman uji linieritas disajikan berikut ini:

Tabel 24. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Bagi Hasil	0,392	Linier
Promosi	0,804	Linier
Kualitas Pelayanan	0,461	Linier

Sumber : Data primer 2015

Hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian adalah linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah:

Tabel 25. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
Bagi Hasil	0,609	1,642	Tidak terjadi multikolinieritas
Promosi	0,536	1,864	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,474	2,111	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer 2015

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 26. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Bagi Hasil	0,161	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi	0,455	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,631	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis penelitian ini menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis pertama dan kedua dilakukan dengan teknik analisis regresi sederhana karena hanya menjelaskan pengaruh satu variabel bebas dan satu variabel terikat sedangkan pengujian hipotesis ketiga menggunakan teknik analisis regresi ganda karena menjelaskan pengaruh dua variabel bebas secara bersama-sama dengan satu variabel terikat. Deskripsi hasil uji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga dijelaskan pada uraian berikut.

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Di bawah ini adalah hasil pengujian hipotesis dengan regresi sederhana..

Tabel 27. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X1 terhadap Y

Sumber	Koefisien
X ₁	0,617
a	16,402
t	8,304
sig	0,000
F	68,953
R ²	0,413

Sumber : Data Primer 2015

1) Persamaan garis regresi

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$\hat{Y} = 16,402 + 0,617 X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X_1 sebesar 0,617 yang berarti, apabila Bagi Hasil (X_1) meningkat 1 poin maka keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharaba* (Y) akan meningkat sebesar 0,617 poin. Dengan kata lain, persamaan tersebut memberikan gambaran bahwa apabila Bagi Hasil semakin positif atau semakin baik, akan meningkatkan keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharaba*.

2) Koefisien determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan program *SPSS versi 13.0 for windows* menunjukkan r^2 bernilai positif sebesar 0,413. Hasil tersebut dikonsultasikan dengan r_{tabel} sebesar 0,244 pada taraf signifikansi 5% dan $n=100$. Maka, r^2 lebih besar dari r_{tabel} ($0,413 > 0,244$). Berdasarkan hasil analisis data, r^2 sebesar 0,413. Nilai tersebut berarti 41,3% perubahan pada variabel keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* (Y) dapat diterangkan oleh Bagi Hasil (X_1) atau dengan kata lain, Bagi Hasil mampu mempengaruhi 41,3% perubahan pada keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Hal ini menunjukkan, masih ada 58,7% faktor atau variabel lain yang dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharaba* selain Bagi Hasil. Maka, X_1 berpengaruh positif

terhadap Y. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini **diterima**.

3) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Bagi Hasil (X_1) terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Uji signifikansi menggunakan uji t. Kriteria yang digunakan jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka berkontribusi signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,304. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5%, maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga terdapat kontribusi yang signifikan X_1 terhadap Y.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Di bawah ini adalah hasil pengujian hipotesis dengan regresi sederhana.

Tabel 28. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X_2 terhadap Y

Sumber	Koefisien
X_2	0,681
a	17,188
t	9,344
sig	0,000
F	87,307
R^2	0,471

Sumber: Data Primer 2015

1) Persamaan garis regresi

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17,188 + 0,681 X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X_2 sebesar 0,681 yang berarti, apabila Promosi (X_2) meningkat 1 poin maka keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah* (Y) akan meningkat sebesar 0,681 poin. Dengan kata lain, persamaan tersebut memberikan gambaran bahwa apabila Promosi semakin positif atau semakin baik, akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*.

2) Koefisien determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil analisis data, r^2 bernilai positif sebesar 0,471. Nilai tersebut berarti 47,1% perubahan pada variabel keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah* (Y) dapat diterangkan oleh Promosi (X_2) atau dengan kata lain Promosi mampu mempengaruhi 47,1% perubahan pada keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*. Hal ini menunjukkan, masih ada 52,9% faktor atau variabel lain yang dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad

mudharabah selain Promosi. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**.

3) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Promosi (X_2) terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Uji signifikansi menggunakan uji t. Kriteria yang digunakan jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka berpengaruh signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,344. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5%, maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga terdapat kontribusi yang signifikan X_2 terhadap Y.

c. Pengujian hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Di bawah ini adalah hasil pengujian hipotesis dengan regresi sederhana.

Tabel 29. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana X_3 terhadap Y

Sumber	Koefisien
X_3	0,456
a	16,456
T	9,932
Sig	0,000
F	98,646
R^2	0,502

Sumber: Data Primer 2015

1) Persamaan garis regresi

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b X_3$$

$$Y = 16,456 + 0,456X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X_3 sebesar 0,456 yang berarti, apabila Kualitas Pelayanan (X_3) meningkat 1 poin maka keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah* (Y) akan meningkat sebesar 0,456 poin. Dengan kata lain, persamaan tersebut memberikan gambaran bahwa apabila Kualitas Pelayanan semakin positif atau semakin baik, akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*.

2) Koefisien determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh r^2 bernilai positif sebesar 0,502. Nilai tersebut berarti 50,2% perubahan pada variabel keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah* (Y) dapat diterangkan oleh Kualitas Pelayanan (X_3) atau dengan kata lain Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi 50,2% perubahan pada keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*. Hal ini menunjukkan, masih ada 49,8% faktor atau variabel lain yang dimungkinkan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad

mudharabah selain Promosi. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini **diterima**.

3) Pengujian signifikansi regresi sederhana

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Uji signifikansi menggunakan uji t. Kriteria yang digunakan jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka berpengaruh signifikan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,932. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5%, maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga terdapat kontribusi yang signifikan X_3 terhadap Y.

d. Pengujian hipotesis keempat

Analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Di bawah ini akan dibahas hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program pengolah data.

Tabel 30. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Bagi hasil	0,263	3,454	0,001	Signifikan
Promosi	0,322	3,841	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,212	3,652	0,000	Signifikan
Konstanta = 10,550				
$R^2 = 0,632$				
F hitung = 54,907				
Sig. = 0,000				

Sumber: Data Primer 2015

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,550 + 0,263 X_1 + 0,322 X_2 + 0,212X_3 + e$$

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F (*Fisher*) bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi: Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah berakad *mudharabah*. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$) maka model regresi signifikan secara statistik. Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 54,907 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Bagi hasil , promosi dan Kualitas pelayanan bersama-sama positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* secara bersama-sama” **didukung**.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,632. Hal ini

menunjukkan bahwa keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* dipengaruhi oleh variabel Bagi hasil, promosi, dan Kualitas Pelayanan 63,2%, sedangkan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah*. Pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

1. Bagi Hasil Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel Bagi Hasil diperoleh nilai t hitung sebesar sebesar 8,304 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($8,304 > 1,984$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*”, **didukung**.

Menurut Antonio (2001:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*).

Muhammad (2004:121) menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai *mudharib* atas pengelolaan dana *mudharabah* tersebut (Wiroso, 2005:88). Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional. Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Makin tinggi nisbah bagi hasil maka jasa yang ditawarkan menarik bagi konsumen untuk memutuskan membeli. Kejelasan kesepakatan seperti penentuan bagi hasil serta jaminan dalam pembukaan rekening menentukan konsumen menggunakan atau tidak menggunakan jasa tabungan *mudharabah* (Adiwarman 2013:209).

Prinsip bagi hasil tidak hanya keuntungan tetapi terdapat unsur keadilan, dimana besar benefit yang diperoleh nasabah sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dana yang diamanahkan kepadanya. Hal ini menunjukkan keuntungan yang diperoleh tidak hanya bagi nasabah juga bank sebagai pengelola. Sistem bagi hasil menguntungkan peminjam terutama ketika kondisi perekonomian yang sulit, sehingga dapat membantu memperkecil risiko. Kedua, pemodal diuntungkan melalui kemampuan bank untuk mengelola dana yang disimpan dan diputar bank kepada para pengusaha dan investor, sehingga semua pihak dapat menerima manfaat dan perlakuan adil sebagaimana yang ditetapkan dalam Islam. Hal inilah yang membuat nasabah terdorong melakukan keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay (2010) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada bank Mandiri syariah dikota Medan, diketahui 1) pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusanmenabung (Y) nilai thitung sebesar $3,163 > t \text{ tabel } 1,96$ serta nilai signifikan sebesar 0.002 dan *standardized coefficient* variabel kualitas pelayanan adalah 0.258. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung tinggi, yaitu pada tingkat kepercayaan 95 %.

2. Promosi Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t sebesar 9,344 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000; karena t hitung $>$ t tabel ($9,344 > 1,984$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*”, **didukung**.

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Fajar Laksana, 2008:133). Menurut Indriyo (2000:237) promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan dan menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, uang pada

akhirnya akan memberikan kepuasan dan hubungan saling menguntungkan (Selnes, 1996:310).

Keberhasilan promosi sendiri ada 2 faktor yaitu pemilihan media promosi yang tepat serta perumusan pesan yang persuasive. Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, pada akhirnya akan memberikan kepuasan setelah membeli suatu produk. Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi. (Kotler, 2009:186).

Promosi memberikan pengetahuan tentang semua informasi yang dimiliki oleh nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk jasa bank syariah. Promosi ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk (Daiwan, 2013).

Nasabah memiliki tingkatan pengetahuan tentang produk bank syariah (*levels of product knowledge*) yang berbeda, yang dapat digunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan pembelian. Kotler (2004:183-199) mendeskripsikan perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Pada faktor psikologis ada empat hal yang mempengaruhi perilaku pengetahuan konsumen yaitu motivasi: kebutuhan seseorang yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak; persepsi: proses yang digunakan seorang

individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti; pembelajaran: meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman; keyakinan dan sikap: melalui perbuatan dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian.

Nasabah yang mempunyai informasi cukup tentang bank syariah seperti produk dan jasa yang ditawarkan, prinsip-prinsip bank syariah (*mudharabah, murabahah, musyarakah* dll), dan perhitungan bagi hasil akan memiliki kecenderungan untuk bergabung dengan bank syariah. Sehingga diperlukan adanya peningkatan sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat tentang keunggulan dan kelebihan bank syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Neneng Fajriyah (2013) dengan judul Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. Diketahui, penelitian ini mengindikasikan bahwa motivasi promosi, reputasi, dan lokasi strategis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini juga disimpulkan bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya adalah reputasi sebesar 3,301 atau 33,01%, dan variabel yang paling kecil pengaruhnya adalah lokasi strategis sebesar 2,708 atau 27,08%; sedangkan variabel promosi pengaruhnya sebesar 2,753 atau 27,53%.

3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t sebesar 9,932 dan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000; karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,932 > 1,984$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*”, **didukung**.

Menurut Lovelock (1988:229) bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas menunjukkan sesuatu yang sudah sesuai dengan standar seperti yang tertuang dalam ISO 8420 (Vincent Gaspersz, 1997:5) bahwa kualitas adalah totalitas dari suatu karakteristik pelayanan yang sesuai dengan standar atau persyaratan. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2005:115). Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Pelayanan (*service*) menurut Kotler (1996: 578) adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan

kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purna-beli (Fandy Tjiptono, 2005: 2). Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan (Fandy Tjiptono, 2005: 121).

Nasabah akan memperhatikan pada pelayanan yang diberikan oleh bank, karena antara satu bank dengan bank yang lain menawarkan produk dan jasa yang hamper serupa, seperti tabungan maupun pinjaman. Kunci perbedaan antara satu bank dengan yang lain adalah bagaimana kecepatan dan efisiensi pelayanan yang diberikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih suatu bank. Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat (*reliability*), pelayanan yang cepat dan tepat (*responsiveness*), pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para nasabah (*assurance*),

dan pelayanan yang ramah dan bersahabat (*emphaty*) akan memuaskan nasabah untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raihanah Daulay (2010) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada bank Mandiri syariah dikota Medan, diketahui 1) pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan menabung (Y) nilai thitung sebesar $3,163 > t \text{ tabel } 1,96$ serta nilai signifikan sebesar 0.002 dan *standardized coefficient* variabel kualitas pelayanan adalah 0.258. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung tinggi, yaitu pada tingkat kepercayaan 95 %.

4. Bagi hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 54,907 dan F tabel sebesar 2,700 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($54,907 > 2,700$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Bagi hasil , promosi dan Kualitas pelayanan bersama-sama positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* secara bersama-sama”, **didukung**.

Muhammad (2004:121) menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang

ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba. Sedangkan Promosi merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Fajar Laksana, 2008:133). Menurut Indriyo (2000:237) promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan dan menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Pada bagian promosi peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antar pembeli dan penjual, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pembeli dan penjual, uang pada akhirnya akan memberikan kepuasan dan hubungan saling menguntungkan (Selnes, 1996:310). Di samping itu, Pelayanan (*service*) menurut Kotler (1996: 578) adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purna-beli (Fandy Tjiptono, 2005: 2).

Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan (Fandy Tjiptono, 2005:121). Berdasarkan uraian di atas, maka untuk mendapatkan keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* yang optimal sangat diperlukan adanya prosedur bagi hasil yang tepat, media promosi yang luas, dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan prima pada penggunaan jasa perbankan syariah di era maju sekarang ini agar mampu bersaing dengan pertumbuhan bisnis syariah lainnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan angket untuk pengisian variabel bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan penggunaan produk jasa perbankan syariah. Pengisian angket yang dilakukan oleh responden sulit dikontrol karena dalam pengisiannya membutuhkan waktu yang cukup lama.
2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan pada jasa perbankan Syariah, akan semakin mendalam lagi jika ada faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan jasa perbankan

syariah, misalnya manfaat produk perbankan syariah, faktor kepemimpinan, faktor tim, faktor sistem, dan faktor kontekstual (situasional).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,617, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($8,304 > 1,984$), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,681, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($0,681 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,456, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($0,456 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$).
4. Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah* secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan

dengan nilai F hitung > F tabel ($54,907 > 2,700$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Bank Muamalat Pekalongan

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel bagi hasil pada indikator penentuan besarnya nisbah mendapatkan penilaian paling rendah dari responden, oleh karena itu Kepala Bank Muamalat Pekalongan disarankan untuk mengelola dana *mudharabah* dengan maksimal agar bagi hasil dan keuntungan yang diterima nasabah semakin meningkat sesuai dengan nisbah yang telah disepakati, sehingga para nasabah terdorong untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*.
- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan pada indikator jaminan mendapatkan penilaian paling rendah dari responden, oleh karena itu Kepala Bank Muamalat Pekalongan disarankan untuk, untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan, seperti: kedatangan para petugas untuk mengatasi masalah yang dihadapi nasabah ketika mengalami *ATM error*, sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan penarikan dan mampu memberikan pelayanan yang maksimal bagi nasabah yang membutuhkannya.

- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel promosi pada indikator publisitas mendapatkan penilaian paling rendah dari responden, oleh karena itu Kepala Bank Muamalat Pekalongan disarankan Kepala meningkatkan publisitas dengan cara sosialisasi dan edukasi tentang bank syariah melalui media massa seperti koran, internet, buku, majalah maupun dialog atau seminar. Sosialisasi dan edukasi ini tentu saja bukan hanya masalah halal haram tentang riba atau label syariah saja, tetapi juga mengedepankan aspek rasional dan obyektif, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan jasa perbankan syariah khususnya tabungan *mudharabah*, misalnya faktor personal atau individual, faktor pemasaran produk, keuntungan dan fasilitas penggunaan produk. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan penggunaan jasa perbankan, misalnya melalui metode wawancara mendalam terhadap karyawan, atau mengambil sampel tidak hanya pada produk tabungan melainkan pada depositonya atau perputaran kredit di perbankan syariah era saat ini, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Ansori. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press
- Ali Hasan, (2010), *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia,
- Antonio Syafi'i, (2001), *Bank Syariah dan praktek*, Jakarta :Gema Insani
- Antonio, Muhammad Syafi'I & Perwataatmadja, Karnaen, (1992), *Apa dan Bagaimana BANK ISLAM*, Yogyakarta: Veresia Grafika
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Imam Ghozali. (2006). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyo Gitosudarmo, (2000), *Manajemen Pemasaran edisi pertama*, Yogyakarta: BPFE
- Iqbal, Zamir & Greuning, Hennie Van. (2011). *Risk Analisis For Islamic Banks*. Jakarta:Salemba Empat
- Karim, Adiwarman A, (2013), *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada
- Kasmir. (2012). *Dasar- dasar perbankan edisi revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. (1996). *Principles of marketing*, Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip. (2001). *Markeing Management*. Pretince Hall Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- LoveLock, Chritoper H. (1988). *Service Marketing*. America: Prentice Hall.inc Vol49. Pp 41-50.
- Morgant and Hunt. (1994). The Commmtment trust theory of relationship marketing. Journal of marketing. Vol58. July. Pp 20-38.

- Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Cet. ke-1. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mulyadi Nitisusastro, (2012), *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Neneng Fajriyah. (Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Nurhayati Sri. (2009). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman. (1988). *Services Quality, A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*
- Raihanah Daulay. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di kota Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 10 NO. 01 APRIL 2010 ISSN 1693-7619*
- Sofjan Assauri. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun:STD*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, (1993), *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sukanto M.M., (1985). *Nafsiologi*. Jakarta: Integritas Press
- Sutrisno Hadi. (2000). *Statistik 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tri Astuti. (2013). Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004
- Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UNDANG- UNDANG No.10 Tahun 1998.

- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: Gramedia
- Wiroso. (2013). *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: IAI
- Zainal Airifin. (2000). *Memahami Bank Syariah*. Jakarta: PT. Alvabet
- Zainal Arifin. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, IKAPI
- Zeithaml, VA, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, (1990). *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service*. Press New York

LAMPIRAN

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN AKUNTANSI
YOGYAKARTA

DAFTAR PERTANYAAN

KUISIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah

Pengguna Jasa Tabungan Berakad Mudharabah

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Kami memahami sepenuhnya bahwa waktu Anda sangat terbatas dan berharga. Namun demikian kami sangat mengharapkan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini disusun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) yang merupakan syarat kelulusan Program S1 Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah tabungan *Mudharabah*”.

Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr/i akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya sampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Maret 2014

Hormat saya,

Hardian Permana.Yogiarto

PETUNUJUK PENGISIAN

Isilah pernyataan dibawah ini dengan sebenar- benarnya.

1. Jenis kelamin:

☐ Pria

☐ Wanita

2. Pekerjaan:

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ PNS/Guru/POLRI

☐ Tidak Bekerja/Pensiun

3. Pendidikan Terakhir

☐ SD

☐ SMA

☐ S1

☐ SMP

☐ D3

☐ S2

Berilah tanda centang (\checkmark) di bawah pada salah satu alternative jawaban yang paling tepat dengan criteria jawaban:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Bagi Hasil

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan dalam bentuk prosentase				
2	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan				
3	Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini				
4	Saya mengharapkan imbalan/return yang secara akumulatif bisa memperbesar jumlah tabungan saya				

5	Saya mengetahui bahwa return yang didapat tergantung kepada kinerja bisnis				
6	Saya menabung dibank karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya				
7	Saya mengetahui kontrak yang diberikan oleh bank kepada saya dalam menggunakan jasa				
8	Saya menabung di bank karena nisbah bagi hasil yang diberikan menarik				
9	Saya menabung dibank karena kesepakatan yang diberikan sangat menguntungkan				

Promosi

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
10	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena iklan yang dilakukan bank di media cetak ataupun elektronik				
11	Saya tertarik menyimpan dana dibank karena informasi yang ada di iklan lengkap serta persuasif				
12	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung				
13	Saya tertarik menggunakan jasa bank karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales atau services				
14	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah				
15	Saya tertarik menyimpan dana dibank karena bank sedang mengadakan promosi				
16	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan				

	pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank				
17	Saya tertarik menyimpan dana di bank karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media				

Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
18	Fasilitas penunjang yang dimiliki bank cukup lengkap				
19	Petugas selalu berpenampilan rapi dan bersih				
20	Kebersihan dan kenyamanan bank selalu terjaga				
21	Petugas bank memberi pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah				
22	Petugas bank bersedia membantu ketika nasabah mengalami kendala				
23	Petugas bank memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan				
24	Ketika ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi petugas akan menindaklanjuti dengan segera				
25	Dalam proses transaksi yang sedang dilakukan dengan nasabah, petugas selalu berkomunikasi dengan baik kepada saya				
26	Nasabah percaya bahwa petugas bank mempunyai komitmen dalam bidang keuangan				
27	Petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah				
28	Petugas selalu melayani nasabah dengan sopan dan ramah				
29	Nasabah merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi di bank				

30	Petugas memahami akan kebutuhan pelanggan secara spesifik				
----	---	--	--	--	--

Keputusan Menggunakan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
31	Saya tertarik menyimpan dana dibank karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai				
32	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah				
33	Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai jasa bank lengkap				
34	Saya tertarik menyimpan dana di bank karena kemudahan akses informasinya				
35	Saya tertarik untuk menyimpan dana di tabungan karena bank memberikan banyak pilihan				
36	Saya menabung dibank karena bank mempunyai banyak pilihan produk atau jasa yang menguntungkan nasabah				
37	Saya tertarik untuk menyimpan dana di tabungan karena saya percaya pada kinerja bank				
38	Saya tidak menunda dalam menggunakan jasa simpanan di bank				
39	Saya menyimpan dana di tabungan karena kepuasan yang saya dapatkan dari bank				
40	Saya tetap menggunakan jasa bank karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan saya				

LAMPIRAN 1.
DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	Bagi hasil										Promosi									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	3	4	30	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	3	3	3	3	3	26	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	4	4	3	4	29	
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	32	3	4	4	3	4	4	4	4	30	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	3	4	4	3	4	28	
6	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	4	4	4	3	3	3	3	27	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	2	3	3	3	3	3	3	3	23	
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	4	3	30	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	4	4	3	4	27	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	2	3	3	3	2	2	3	3	21	
11	4	3	4	4	3	4	4	3	3	32	3	3	4	3	4	3	4	3	27	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
13	3	4	4	4	3	3	3	3	4	31	4	3	3	4	3	4	3	4	28	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	4	4	4	4	4	4	30	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	4	4	3	4	27	
16	3	4	3	3	4	3	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
17	3	2	3	3	2	3	3	2	2	23	2	3	4	2	2	3	3	3	22	
18	3	4	3	4	3	3	4	4	3	31	2	3	3	3	2	3	3	3	22	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	4	4	3	3	3	3	26	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	3	4	30	
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	4	3	3	3	3	26	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	3	3	3	3	3	25	
23	3	3	3	3	4	4	3	4	4	31	3	3	4	3	3	4	3	3	26	
24	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34	4	4	3	3	4	4	3	4	29	
25	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	3	4	3	3	3	3	3	3	25	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	4	4	4	4	4	4	30	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	4	4	3	4	27	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	3	4	30	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	4	4	3	4	27	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	2	2	2	3	3	2	4	20	

No	Kualitas Pelayanan															Keputusan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	46	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	47	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	36
5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
6	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	51	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
7	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	40	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	37
11	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	40	2	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	32
12	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	39	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
13	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	49	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
14	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	45	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	37
16	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	40	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
18	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	45	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	50	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	37
21	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	46	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
22	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
23	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	48	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
25	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	51	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	36
26	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	52	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
28	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	45	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

LAMPIRAN 2.
DATA PENELITIAN

No	Bagi Hasil										Promosi								Kualitas Pelayanan													Keputusan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML
1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	24	3	4	4	3	3	4	4	3	28	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	42	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	36
2	3	3	3	3	2	4	2	2	3	25	2	3	3	2	2	3	3	2	20	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	34	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	35
3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	32	3	4	3	4	3	4	2	2	25	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	2	3	4	38	4	3	4	1	4	4	4	3	3	3	33
4	3	4	4	3	3	4	4	2	2	29	3	3	4	3	3	3	3	3	25	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	37	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33	
5	3	2	4	4	3	4	3	3	3	29	2	3	3	3	4	3	2	3	23	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	4	35	4	4	4	4	1	3	3	3	3	2	31
6	4	4	3	4	4	4	2	2	2	29	2	3	4	2	3	2	3	2	21	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	3	36	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	36
7	4	4	3	4	4	4	2	3	2	30	3	4	3	4	4	4	2	2	26	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	40	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	35
8	3	3	3	4	3	4	4	3	2	29	3	4	2	4	4	4	2	3	26	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	2	1	4	39	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	36
9	4	4	4	4	4	4	2	1	2	29	3	3	4	3	3	4	2	2	24	3	3	4	3	3	4	2	2	2	4	2	2	4	38	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	35
10	4	3	2	2	2	2	2	1	1	19	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	34	4	2	4	4	2	2	2	3	3	2	28
11	3	2	3	4	4	4	3	4	4	31	3	2	2	2	4	3	2	3	21	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	3	32	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	35
12	3	4	4	3	2	4	4	3	2	29	3	4	4	4	4	4	2	2	27	3	4	3	3	4	4	2	1	3	3	4	2	4	40	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
13	4	4	4	4	4	4	3	2	2	31	3	2	3	3	2	3	2	3	21	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	34	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	34
14	3	3	2	3	3	3	2	1	2	22	3	2	2	2	2	2	2	3	18	3	3	2	2	3	3	2	1	2	3	2	2	3	31	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	32
15	3	3	4	2	2	3	2	2	2	23	3	2	2	2	3	2	2	3	19	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	1	2	35	4	2	4	4	2	2	4	3	3	2	30
16	3	4	3	3	3	3	3	2	1	25	3	4	2	4	2	4	2	1	22	3	4	2	4	2	4	2	1	2	2	2	2	4	34	4	2	4	4	4	3	4	4	2	3	34
17	3	2	3	4	3	2	2	3	2	24	2	2	3	2	3	3	2	2	19	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	34	3	3	4	4	1	3	3	3	3	2	29
18	3	4	3	3	2	3	2	3	2	25	3	4	4	4	4	4	3	2	28	3	4	2	3	4	2	2	3	3	3	4	2	4	39	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33
19	3	4	4	2	3	4	2	2	2	26	3	3	4	2	3	3	2	3	23	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	34	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	33
20	3	4	3	2	4	2	2	1	1	22	3	3	2	3	3	3	2	2	21	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	34	2	2	4	4	4	2	3	3	1	3	28

No	Bagi Hasil										Promosi										Kualitas Pelayanan													Keputusan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML
21	3	3	4	4	4	3	3	3	2	29	3	3	3	2	3	3	2	2	21	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	4	34	4	2	4	4	4	3	3	3	1	3	31
22	2	3	4	2	3	2	3	2	2	23	3	2	4	4	3	2	2	3	23	3	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	36	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	34
23	3	4	4	3	2	3	2	2	1	24	3	3	3	3	2	2	2	3	21	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	37	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	33
24	3	4	3	3	4	3	2	4	4	30	4	4	3	4	4	4	2	4	29	3	4	4	4	4	4	2	1	2	3	4	2	4	41	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	36
25	3	3	4	2	4	2	2	1	2	23	3	3	3	2	3	3	2	2	21	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	33	1	3	4	4	4	4	4	4	3	2	33
26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	3	4	3	2	2	3	3	3	23	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	35	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	34
27	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	3	4	3	2	4	4	2	3	25	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	31	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
28	3	4	4	3	4	4	2	2	4	30	4	3	2	2	2	2	2	3	20	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4	2	4	44	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	36
29	3	2	4	2	4	2	2	3	2	24	3	2	2	3	4	2	2	1	19	3	2	2	3	4	2	2	1	3	4	3	2	2	33	4	2	4	4	1	2	2	3	3	3	28
30	3	3	2	4	4	4	4	4	2	30	3	3	3	4	3	3	2	3	24	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
31	3	3	2	4	4	2	2	3	3	26	3	4	4	3	2	3	2	3	24	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	42	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	36
32	3	3	3	3	3	3	2	2	2	24	3	4	4	2	2	4	3	3	25	3	4	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	4	37	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33
33	3	4	2	4	4	4	2	1	3	27	4	4	4	4	4	2	3	2	27	4	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	36	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	33
34	3	4	3	3	3	3	3	4	2	28	3	2	3	4	3	2	2	1	20	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	30	3	3	4	4	4	2	3	3	3	2	31
35	3	4	4	3	3	4	4	2	2	29	4	3	4	3	3	3	3	3	26	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	46	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	36
36	3	3	3	3	4	3	2	2	3	26	3	4	3	4	4	4	2	2	26	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	40	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
37	3	3	3	3	4	3	4	2	3	28	3	4	3	4	2	3	2	3	24	3	4	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	36	4	2	4	4	4	4	4	3	3	2	34
38	3	2	3	3	2	2	2	1	1	19	3	2	3	2	3	2	2	3	20	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	32	1	2	3	3	1	2	2	3	3	2	22
39	2	3	3	3	4	3	2	4	4	28	3	4	3	4	4	4	2	2	26	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	1	4	42	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
40	3	3	2	4	4	4	3	4	4	31	3	4	4	4	4	4	2	3	28	3	3	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	3	41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
41	4	4	3	4	4	4	2	2	3	30	3	4	3	3	2	3	2	2	22	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	38	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	30
42	3	4	4	4	3	3	3	2	1	27	3	4	3	3	3	3	3	3	25	4	4	4	2	4	4	2	3	3	4	2	2	4	42	4	4	4	4	1	4	4	4	3	3	35
43	4	4	4	4	4	4	2	2	2	30	3	4	3	2	3	3	2	3	23	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	37	4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	28

No	Bagi Hasil										Promosi										Kualitas Pelayanan													Keputusan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML
44	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	3	4	4	4	3	3	3	3	27	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
45	3	4	4	4	4	4	2	2	3	30	4	4	4	4	4	3	2	3	28	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	47	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
46	2	3	4	4	4	4	4	2	2	29	3	4	2	4	4	4	2	3	26	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	2	4	44	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	35
47	4	4	4	3	4	4	4	2	2	31	3	3	2	3	2	2	1	3	19	3	4	3	2	4	4	2	3	3	3	3	2	3	39	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	33
48	2	2	2	2	2	2	2	2	4	20	3	3	2	2	2	3	2	2	19	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	30	2	2	3	4	1	3	3	3	3	2	26
49	2	3	3	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	2	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
50	3	4	4	3	4	4	4	2	3	31	4	3	4	3	3	3	3	2	25	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	36
51	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
52	3	3	3	4	4	4	4	4	2	31	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
53	3	3	3	3	2	3	2	2	2	23	3	3	4	2	3	2	2	3	22	3	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	32	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	27
54	3	4	4	3	3	3	2	3	3	28	4	4	4	2	4	4	2	3	27	3	2	3	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	32	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33
55	3	3	2	2	4	4	2	4	2	26	4	4	4	3	4	4	2	3	28	3	2	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	33	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	34
56	3	4	4	4	4	4	2	2	4	31	3	4	3	4	3	4	2	3	26	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	2	2	3	38	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	34
57	3	3	4	3	4	4	2	2	4	29	4	4	3	4	4	4	2	4	29	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	2	4	44	4	2	4	3	4	3	3	4	3	4	34
58	3	3	2	3	2	2	1	3	2	21	2	2	2	2	4	2	2	2	18	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	1	2	28	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	27
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	2	30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
60	3	2	2	3	4	4	4	4	4	30	3	4	3	3	4	3	2	3	25	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	45	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	36
61	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	3	4	3	4	4	4	2	2	26	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	37
62	3	3	3	4	4	4	4	4	2	31	4	4	3	4	4	4	2	4	29	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	30	4	2	4	4	4	3	2	4	3	3	33
63	3	4	4	4	4	4	4	2	4	33	3	4	3	4	4	4	2	2	26	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	2	4	44	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
64	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
65	3	4	3	2	4	2	2	3	4	27	3	4	4	4	4	4	3	2	28	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4	45	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	35
66	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30	4	4	4	4	4	4	2	3	29	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	45	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37

No	Bagi Hasil										Promosi										Kualitas Pelayanan														Keputusan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML	
67	3	3	3	3	2	3	2	3	2	24	2	4	2	2	3	4	2	3	22	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	30	2	2	4	3	4	2	4	3	4	4	32
68	4	3	2	3	2	2	3	4	2	25	3	4	3	3	4	4	2	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	29	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	32	
69	3	3	4	3	2	4	4	3	2	28	3	3	2	2	3	3	2	1	19	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	34	4	3	4	4	3	3	3	3	1	2	30	
70	2	3	2	3	3	3	3	2	2	23	3	4	4	2	3	4	2	3	25	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	33	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	34	
71	3	4	3	3	2	4	4	3	2	28	3	4	4	4	4	4	2	1	26	3	3	4	2	2	3	2	3	2	4	4	3	4	39	4	4	3	4	4	2	4	4	1	2	32	
72	4	4	3	4	4	4	2	4	3	32	4	3	4	4	3	2	3	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	47	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38		
73	3	3	3	3	4	3	2	2	3	26	4	3	3	4	4	4	3	2	27	3	2	3	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	32	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	34	
74	1	3	4	3	4	3	2	4	4	28	3	3	3	1	2	2	2	3	19	3	4	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	4	33	2	2	4	4	4	3	3	4	3	2	31	
75	3	3	2	3	3	3	3	2	2	24	3	2	4	3	2	3	3	2	22	3	4	4	2	3	4	2	3	3	3	2	2	4	39	4	3	4	4	1	3	3	4	3	3	32	
76	2	3	3	3	2	2	3	4	2	24	3	4	3	2	4	2	2	2	22	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	1	3	32	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	33	
77	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39		
78	3	4	4	4	3	3	3	2	4	30	4	3	4	3	3	3	2	3	25	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	40	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	36	
79	3	3	4	4	4	3	3	3	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	40	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37		
80	2	3	4	3	3	3	2	3	3	26	3	3	2	3	3	3	2	3	22	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	2	1	4	38	3	2	4	4	4	2	4	4	3	2	32	
81	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33	3	3	4	2	4	2	2	3	23	3	3	4	2	4	2	2	3	2	2	1	2	1	31	4	4	4	4	4	4	1	4	2	3	34	
82	3	4	3	4	4	3	3	3	4	31	4	4	4	2	2	4	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	36	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35	
83	4	4	4	2	4	2	2	3	4	29	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	36	4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	28		
84	3	2	2	3	4	3	4	2	3	26	3	4	4	4	2	2	2	3	24	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	4	36	4	3	4	4	1	3	4	4	3	3	33	
85	4	3	4	3	2	3	2	3	2	26	3	2	4	2	4	2	2	3	22	3	2	4	2	4	2	2	3	2	2	2	2	3	33	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	34	
86	3	3	4	4	3	4	4	3	2	30	3	3	2	4	4	2	2	4	24	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	38	2	2	4	3	4	2	4	3	4	4	32	
87	4	3	3	4	4	4	3	4	2	31	4	4	4	4	4	4	3	2	29	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	40	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	36	
88	4	4	4	3	3	3	3	2	2	28	3	3	3	3	3	3	2	3	23	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	35	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33	
89	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	4	4	3	3	3	4	4	3	28	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	2	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38		

No	Bagi Hasil										Promosi										Kualitas Pelayanan													Keputusan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JML
90	4	4	3	3	3	3	2	3	3	28	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	38	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33	
91	2	4	2	3	4	3	2	2	3	25	3	3	3	3	2	3	2	3	22	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	35	2	3	4	4	4	3	4	2	3	3	32
92	4	4	4	4	4	4	4	3	2	33	3	3	3	3	3	2	3	3	23	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	40	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	36
93	3	2	3	4	4	4	4	4	3	31	4	4	3	3	2	3	2	3	24	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	36	4	2	4	4	2	2	2	3	3	2	28
94	4	4	4	3	2	2	3	4	2	28	3	3	4	3	3	2	2	3	23	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	4	36	4	3	4	4	1	4	4	4	3	3	34
95	2	2	2	4	3	4	3	3	3	26	3	2	3	3	2	2	2	3	20	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	3	29	2	3	4	4	4	3	3	2	3	2	30
96	3	3	2	4	3	4	4	3	2	28	2	2	2	2	2	2	2	3	17	2	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	33	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	30
97	3	3	2	3	4	4	2	2	4	27	3	3	4	2	2	3	2	3	22	3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	2	1	4	39	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	30
98	3	4	4	4	2	2	2	4	2	27	3	2	3	4	3	2	2	1	20	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	28	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	30
99	3	4	2	4	4	4	2	2	2	27	3	3	3	2	2	2	2	3	20	2	4	2	2	3	4	2	3	3	3	2	2	4	36	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	30
100	3	2	3	4	4	3	3	3	4	29	3	4	2	3	4	2	2	3	23	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	37	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	35

LAMPIRAN 3.
DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
1	Wanita	Karyawan Swasta	D3
2	Pria	Karyawan Swasta	SMP
3	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
4	Pria	Karyawan Swasta	S1
5	Pria	Karyawan Swasta	D3
6	Pria	Karyawan Swasta	D3
7	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMP
8	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
9	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
10	Pria	Karyawan Swasta	SMA
11	Pria	Karyawan Swasta	S2
12	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMP
13	Pria	Karyawan Swasta	D3
14	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
15	Pria	Karyawan Swasta	SMA
16	Pria	PNS/Guru/POLRI	D3
17	Pria	Karyawan Swasta	S1
18	Pria	Pelajar/Mahasiswa	D3
19	Pria	Karyawan Swasta	SMP
20	Pria	Karyawan Swasta	SD
21	Pria	Karyawan Swasta	SMA
22	Pria	Karyawan Swasta	SMP
23	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMA
24	Pria	Karyawan Swasta	SMP
25	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
26	Pria	PNS/Guru/POLRI	S2
27	Pria	Karyawan Swasta	SMP
28	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
29	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
30	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S2
31	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
32	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S2
33	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMP
34	Wanita	PNS/Guru/POLRI	D3
35	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S2
36	Pria	PNS/Guru/POLRI	S1

No	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
37	Wanita	Karyawan Swasta	S1
38	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S1
39	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S2
40	Pria	Karyawan Swasta	D3
41	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
42	Wanita	Karyawan Swasta	S2
43	Pria	PNS/Guru/POLRI	D3
44	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
45	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
46	Pria	Karyawan Swasta	D3
47	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMA
48	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMA
49	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
50	Wanita	Karyawan Swasta	SMP
51	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
52	Wanita	PNS/Guru/POLRI	SMA
53	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMP
54	Pria	PNS/Guru/POLRI	S1
55	Pria	Karyawan Swasta	SMA
56	Pria	PNS/Guru/POLRI	S1
57	Wanita	Karyawan Swasta	D3
58	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
59	Wanita	PNS/Guru/POLRI	SMA
60	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	S1
61	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMP
62	Pria	PNS/Guru/POLRI	S1
63	Wanita	Karyawan Swasta	D3
64	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	D3
65	Pria	Karyawan Swasta	D3
66	Pria	Karyawan Swasta	S1
67	Wanita	PNS/Guru/POLRI	SMA
68	Pria	Karyawan Swasta	SMA
69	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMP
70	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
71	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
72	Wanita	PNS/Guru/POLRI	SMA
73	Wanita	PNS/Guru/POLRI	SMA
74	Pria	Pelajar/Mahasiswa	D3
75	Wanita	Karyawan Swasta	S1

No	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
76	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMA
77	Pria	Karyawan Swasta	SMA
78	Pria	Karyawan Swasta	S1
79	Wanita	Karyawan Swasta	SMP
80	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	D3
81	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
82	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMP
83	Pria	Karyawan Swasta	D3
84	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
85	Wanita	Pelajar/Mahasiswa	SMA
86	Wanita	Karyawan Swasta	D3
87	Pria	Karyawan Swasta	SMA
88	Wanita	Karyawan Swasta	SMP
89	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
90	Pria	PNS/Guru/POLRI	SMA
91	Wanita	Karyawan Swasta	SMA
92	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S1
93	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S1
94	Pria	Pelajar/Mahasiswa	D3
95	Pria	Karyawan Swasta	D3
96	Pria	Karyawan Swasta	SMP
97	Wanita	PNS/Guru/POLRI	S2
98	Pria	Karyawan Swasta	D3
99	Pria	Karyawan Swasta	D3
100	Pria	Pelajar/Mahasiswa	SMA

LAMPIRAN 4.
DATA KATEGORISASI

No	Bagi Hasil	Kategori	Promosi	Kategori	Kualitas Pelayanan	Kategori	Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Kategori
1	24	Tinggi	28	Sangat tinggi	42	Tinggi	36	Sangat tinggi
2	25	Tinggi	20	Tinggi	34	Tinggi	35	Sangat tinggi
3	32	Sangat tinggi	25	Tinggi	38	Tinggi	33	Sangat tinggi
4	29	Tinggi	25	Tinggi	37	Tinggi	33	Sangat tinggi
5	29	Tinggi	23	Tinggi	35	Tinggi	31	Tinggi
6	29	Tinggi	21	Tinggi	36	Tinggi	36	Sangat tinggi
7	30	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	40	Tinggi	35	Sangat tinggi
8	29	Tinggi	26	Sangat tinggi	39	Tinggi	36	Sangat tinggi
9	29	Tinggi	24	Tinggi	38	Tinggi	35	Sangat tinggi
10	19	Rendah	23	Tinggi	34	Tinggi	28	Tinggi
11	31	Sangat tinggi	21	Tinggi	32	Rendah	35	Sangat tinggi
12	29	Tinggi	27	Sangat tinggi	40	Tinggi	36	Sangat tinggi
13	31	Sangat tinggi	21	Tinggi	34	Tinggi	34	Sangat tinggi
14	22	Rendah	18	Rendah	31	Rendah	32	Tinggi
15	23	Tinggi	19	Rendah	35	Tinggi	30	Tinggi
16	25	Tinggi	22	Tinggi	34	Tinggi	34	Sangat tinggi
17	24	Tinggi	19	Rendah	34	Tinggi	29	Tinggi
18	25	Tinggi	28	Sangat tinggi	39	Tinggi	33	Sangat tinggi
19	26	Tinggi	23	Tinggi	34	Tinggi	33	Sangat tinggi
20	22	Rendah	21	Tinggi	34	Tinggi	28	Tinggi
21	29	Tinggi	21	Tinggi	34	Tinggi	31	Tinggi
22	23	Tinggi	23	Tinggi	36	Tinggi	34	Sangat tinggi
23	24	Tinggi	21	Tinggi	37	Tinggi	33	Sangat tinggi
24	30	Sangat tinggi	29	Sangat tinggi	41	Tinggi	36	Sangat tinggi
25	23	Tinggi	21	Tinggi	33	Tinggi	33	Sangat tinggi
26	25	Tinggi	23	Tinggi	35	Tinggi	34	Sangat tinggi
27	25	Tinggi	25	Tinggi	31	Rendah	35	Sangat tinggi
28	30	Sangat tinggi	20	Tinggi	44	Sangat tinggi	36	Sangat tinggi
29	24	Tinggi	19	Rendah	33	Tinggi	28	Tinggi
30	30	Sangat tinggi	24	Tinggi	41	Tinggi	38	Sangat tinggi
31	26	Tinggi	24	Tinggi	42	Tinggi	36	Sangat tinggi
32	24	Tinggi	25	Tinggi	37	Tinggi	33	Sangat tinggi
33	27	Tinggi	27	Sangat tinggi	36	Tinggi	33	Sangat tinggi

No	Bagi Hasil	Kategori	Promosi	Kategori	Kualitas Pelayanan	Kategori	Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Kategori
34	28	Tinggi	20	Tinggi	30	Rendah	31	Tinggi
35	29	Tinggi	26	Sangat tinggi	46	Sangat tinggi	36	Sangat tinggi
36	26	Tinggi	26	Sangat tinggi	40	Tinggi	37	Sangat tinggi
37	28	Tinggi	24	Tinggi	36	Tinggi	34	Sangat tinggi
38	19	Rendah	20	Tinggi	32	Rendah	22	Rendah
39	28	Tinggi	26	Sangat tinggi	42	Tinggi	37	Sangat tinggi
40	31	Sangat tinggi	28	Sangat tinggi	41	Tinggi	38	Sangat tinggi
41	30	Sangat tinggi	22	Tinggi	38	Tinggi	30	Tinggi
42	27	Tinggi	25	Tinggi	42	Tinggi	35	Sangat tinggi
43	30	Sangat tinggi	23	Tinggi	37	Tinggi	28	Tinggi
44	33	Sangat tinggi	27	Sangat tinggi	46	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
45	30	Sangat tinggi	28	Sangat tinggi	47	Sangat tinggi	38	Sangat tinggi
46	29	Tinggi	26	Sangat tinggi	44	Sangat tinggi	35	Sangat tinggi
47	31	Sangat tinggi	19	Rendah	39	Tinggi	33	Sangat tinggi
48	20	Rendah	19	Rendah	30	Rendah	26	Tinggi
49	31	Sangat tinggi	31	Sangat tinggi	43	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
50	31	Sangat tinggi	25	Tinggi	47	Sangat tinggi	36	Sangat tinggi
51	33	Sangat tinggi	31	Sangat tinggi	47	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
52	31	Sangat tinggi	30	Sangat tinggi	48	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
53	23	Tinggi	22	Tinggi	32	Rendah	27	Tinggi
54	28	Tinggi	27	Sangat tinggi	32	Rendah	33	Sangat tinggi
55	26	Tinggi	28	Sangat tinggi	33	Tinggi	34	Sangat tinggi
56	31	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	38	Tinggi	34	Sangat tinggi
57	29	Tinggi	29	Sangat tinggi	44	Sangat tinggi	34	Sangat tinggi
58	21	Rendah	18	Rendah	28	Rendah	27	Tinggi
59	35	Sangat tinggi	30	Sangat tinggi	47	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
60	30	Sangat tinggi	25	Tinggi	45	Sangat tinggi	36	Sangat tinggi
61	33	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	42	Tinggi	37	Sangat tinggi
62	31	Sangat tinggi	29	Sangat tinggi	30	Rendah	33	Sangat tinggi
63	33	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	44	Sangat tinggi	37	Sangat tinggi
64	34	Sangat tinggi	31	Sangat tinggi	46	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
65	27	Tinggi	28	Sangat tinggi	45	Sangat tinggi	35	Sangat tinggi
66	30	Sangat tinggi	29	Sangat tinggi	45	Sangat tinggi	37	Sangat tinggi
67	24	Tinggi	22	Tinggi	30	Rendah	32	Tinggi
68	25	Tinggi	24	Tinggi	29	Rendah	32	Tinggi

No	Bagi Hasil	Kategori	Promosi	Kategori	Kualitas Pelayanan	Kategori	Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Kategori
69	28	Tinggi	19	Rendah	34	Tinggi	30	Tinggi
70	23	Tinggi	25	Tinggi	33	Tinggi	34	Sangat tinggi
71	28	Tinggi	26	Sangat tinggi	39	Tinggi	32	Tinggi
72	32	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	47	Sangat tinggi	38	Sangat tinggi
73	26	Tinggi	27	Sangat tinggi	32	Rendah	34	Sangat tinggi
74	28	Tinggi	19	Rendah	33	Tinggi	31	Tinggi
75	24	Tinggi	22	Tinggi	39	Tinggi	32	Tinggi
76	24	Tinggi	22	Tinggi	32	Rendah	33	Sangat tinggi
77	35	Sangat tinggi	31	Sangat tinggi	49	Sangat tinggi	39	Sangat tinggi
78	30	Sangat tinggi	25	Tinggi	40	Tinggi	36	Sangat tinggi
79	31	Sangat tinggi	24	Tinggi	40	Tinggi	37	Sangat tinggi
80	26	Tinggi	22	Tinggi	38	Tinggi	32	Tinggi
81	33	Sangat tinggi	23	Tinggi	31	Rendah	34	Sangat tinggi
82	31	Sangat tinggi	26	Sangat tinggi	36	Tinggi	35	Sangat tinggi
83	29	Tinggi	24	Tinggi	36	Tinggi	28	Tinggi
84	26	Tinggi	24	Tinggi	36	Tinggi	33	Sangat tinggi
85	26	Tinggi	22	Tinggi	33	Tinggi	34	Sangat tinggi
86	30	Sangat tinggi	24	Tinggi	38	Tinggi	32	Tinggi
87	31	Sangat tinggi	29	Sangat tinggi	40	Tinggi	36	Sangat tinggi
88	28	Tinggi	23	Tinggi	35	Tinggi	33	Sangat tinggi
89	32	Sangat tinggi	28	Sangat tinggi	44	Sangat tinggi	38	Sangat tinggi
90	28	Tinggi	25	Tinggi	38	Tinggi	33	Sangat tinggi
91	25	Tinggi	22	Tinggi	35	Tinggi	32	Tinggi
92	33	Sangat tinggi	23	Tinggi	40	Tinggi	36	Sangat tinggi
93	31	Sangat tinggi	24	Tinggi	36	Tinggi	28	Tinggi
94	28	Tinggi	23	Tinggi	36	Tinggi	34	Sangat tinggi
95	26	Tinggi	20	Tinggi	29	Rendah	30	Tinggi
96	28	Tinggi	17	Rendah	33	Tinggi	30	Tinggi
97	27	Tinggi	22	Tinggi	39	Tinggi	30	Tinggi
98	27	Tinggi	20	Tinggi	28	Rendah	30	Tinggi
99	27	Tinggi	20	Tinggi	36	Tinggi	30	Tinggi
100	29	Tinggi	23	Tinggi	37	Tinggi	35	Sangat tinggi

LAMPIRAN 5.
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
(BAGI HASIL)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bagi1	30,5667	6,668	,605	,889
Bagi2	30,4000	6,593	,699	,881
Bagi3	30,5000	6,741	,633	,886
Bagi4	30,4667	6,947	,572	,890
Bagi5	30,4333	6,392	,744	,877
Bagi6	30,4000	6,938	,704	,882
Bagi7	30,4333	7,082	,553	,892
Bagi8	30,4667	6,326	,730	,878
Bagi9	30,4667	6,395	,698	,881

LAMPIRAN 6.
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
(PROMOSI)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promosi1	23,8333	6,902	,647	,785
Promosi2	23,3333	7,333	,418	,816
Promosi3	23,3333	7,402	,394	,819
Promosi4	23,4667	7,016	,498	,805
Promosi5	23,3333	6,023	,738	,766
Promosi6	23,2333	6,530	,715	,773
Promosi7	23,6000	7,490	,492	,806
Promosi8	23,2333	7,495	,429	,813

LAMPIRAN 7.
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
(KUALITAS PELAYANAN)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas1	43,7000	18,838	,430	,820
Kualitas2	43,5667	18,116	,470	,818
Kualitas3	43,6333	17,689	,576	,809
Kualitas4	43,4667	17,982	,532	,813
Kualitas5	43,5000	18,810	,423	,820
Kualitas6	43,5333	18,671	,461	,818
Kualitas7	43,5667	18,254	,497	,815
Kualitas8	43,5000	18,190	,649	,807
Kualitas9	43,4333	18,737	,431	,820
Kualitas10	43,5333	17,775	,587	,809
Kualitas11	43,4000	18,386	,585	,811
Kualitas12	43,3333	18,989	,445	,819
Kualitas13	44,0667	20,685	-,016	,860
Kualitas14	43,4667	18,120	,658	,807

LAMPIRAN 8.
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
(KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH TABUNGAN
MUDHARABAH)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	10

Item-Total Statistics

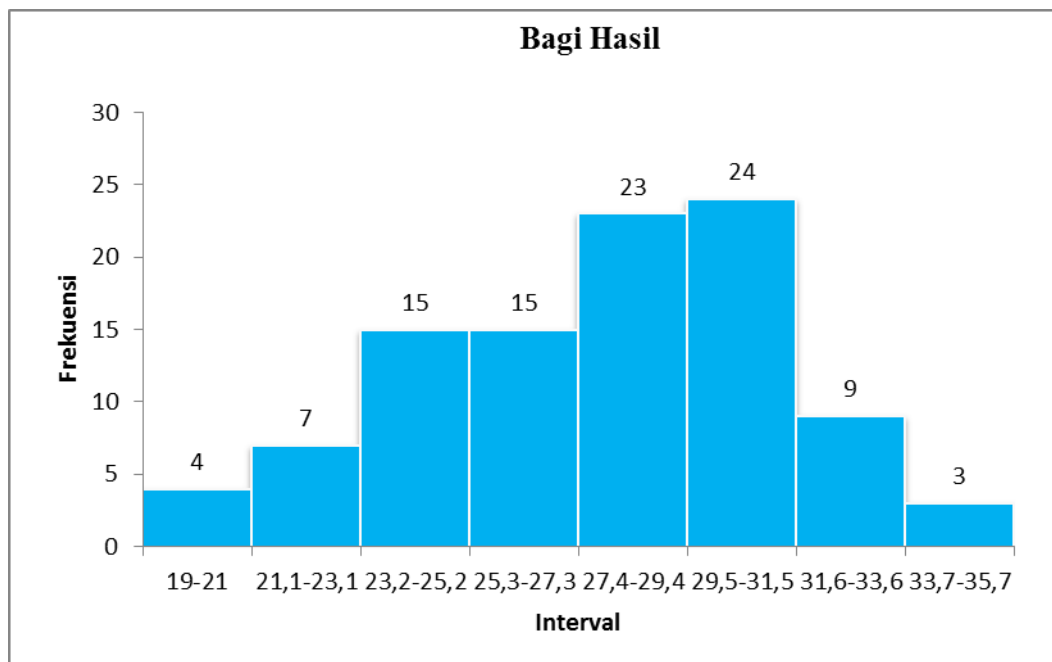
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan1	34,2667	5,582	,500	,796
Keputusan2	34,0667	6,409	,395	,803
Keputusan3	34,0333	5,895	,563	,784
Keputusan4	34,0667	5,995	,488	,793
Keputusan5	34,1000	6,162	,395	,805
Keputusan6	34,0667	6,202	,498	,792
Keputusan7	34,0000	6,414	,467	,796
Keputusan8	34,0000	6,069	,665	,777
Keputusan9	33,9667	6,447	,505	,793
Keputusan10	33,9333	6,478	,568	,790

LAMPIRAN 9. PERHTUNGAN KELAS INTERVAL

1. Bagi Hasil

Min	19
Max	35
R	16
N	100
K	$1 + 3.3 \log n$
	7,6
\approx	8
P	2,00
\approx	2

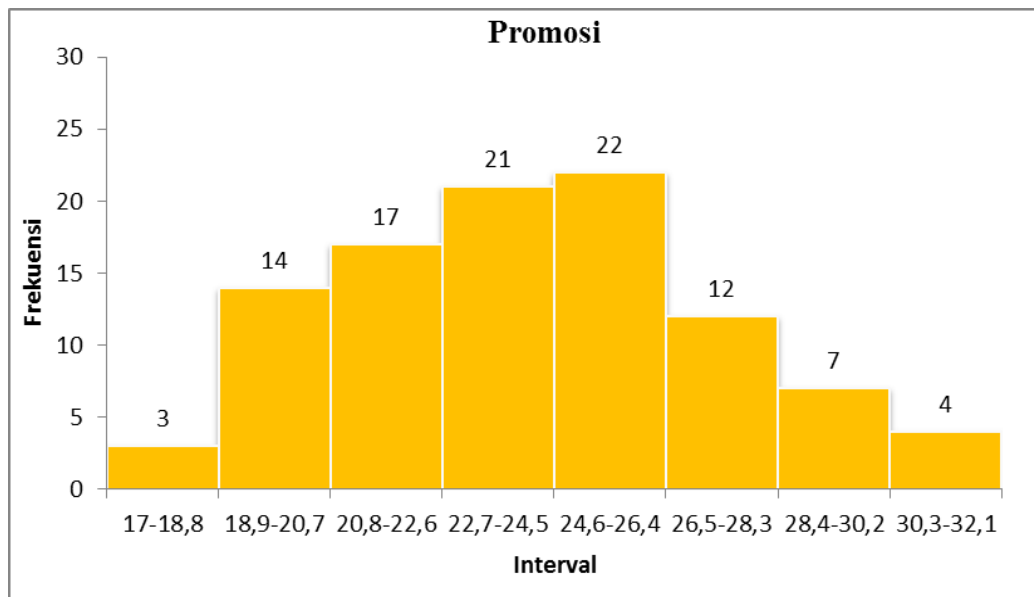
No.	Interval			F	%
1	33,7	-	35,7	3	3%
2	31,6	-	33,6	9	9%
3	29,5	-	31,5	24	24%
4	27,4	-	29,4	23	23%
5	25,3	-	27,3	15	15%
6	23,2	-	25,2	15	15%
7	21,1	-	23,1	7	7%
8	19	-	21,0	4	4%
Jumlah				100	100%



2. PROMOSI

Min	17
Max	31
R	14
N	100
K	$1 + 3.3 \log n$
	7,6
\approx	8
P	1,75
\approx	1,8

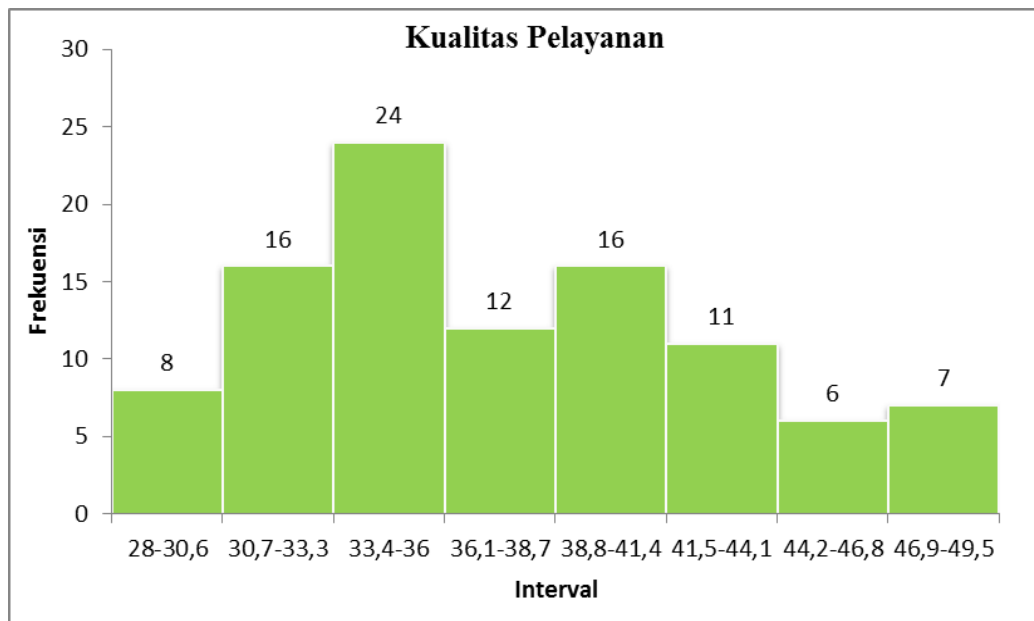
No.	Interval			F	%
1	30,3	-	32,1	4	4%
2	28,4	-	30,2	7	7%
3	26,5	-	28,3	12	12%
4	24,6	-	26,4	22	22%
5	22,7	-	24,5	21	21%
6	20,8	-	22,6	17	17%
7	18,9	-	20,7	14	14%
8	17	-	18,8	3	3%
Jumlah				100	100%



3. KUALITAS PELAYANAN

Min	28
Max	49
R	21
N	100
K	$1 + 3.3 \log n$
	7,6
\approx	8
P	2,63
\approx	2,6

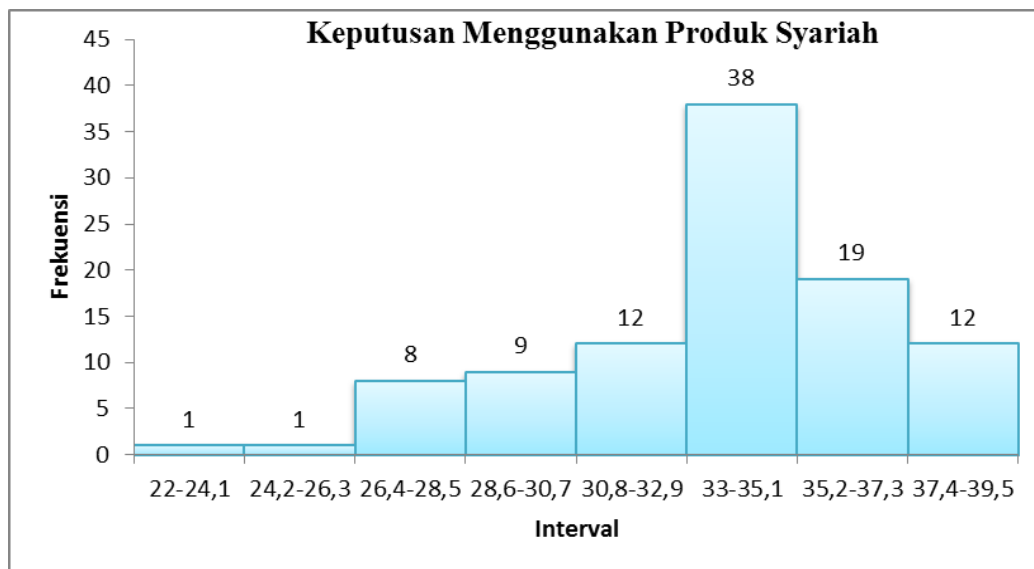
No.	Interval			F	%
1	46,9	-	49,5	7	7%
2	44,2	-	46,8	6	6%
3	41,5	-	44,1	11	11%
4	38,8	-	41,4	16	16%
5	36,1	-	38,7	12	12%
6	33,4	-	36,0	24	24%
7	30,7	-	33,3	16	16%
8	28	-	30,6	8	8%
Jumlah				100	100%



4. KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN

Min	22
Max	39
R	17
N	100
K	$1 + 3.3 \log n$
	7,6
\approx	8
P	2,13
\approx	2,1

No.	Interval			F	%
1	37,4	-	39,5	12	12%
2	35,2	-	37,3	19	19%
3	33,0	-	35,1	38	38%
4	30,8	-	32,9	12	12%
5	28,6	-	30,7	9	9%
6	26,4	-	28,5	8	8%
7	24,2	-	26,3	1	1%
8	22	-	24,1	1	1%
Jumlah				100	100%



LAMPIRAN 10.
HASIL UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequencies

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	55	55,0	55,0	55,0
	Wanita	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	23	23,0	23,0	23,0
	PNS/Guru/POLRI	30	30,0	30,0	53,0
	Karyawan Swasta	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	1,0	1,0	1,0
	SMP	16	16,0	16,0	17,0
	SMA	39	39,0	39,0	56,0
	D3	22	22,0	22,0	78,0
	S1	14	14,0	14,0	92,0
	S2	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 11. RUMUS PERHITUNGAN KATEGORISASI

Bagi Hasil				
skor max	4	x	9	= 36
skor min	1	x	9	= 9
M ideal	45	/	2	= 22,5
SD ideal	27	/	6	= 4,5
Sangat Tinggi	: $X \geq M + 1.5 SD$			
Tinggi	: $M \leq X < M + 1.5 SD$			
Rendah	: $M - 1.5 SD \leq X < M$			
Sangat Rendah	: $X < M - 1.5 SD$			
Kategori	Skor			
Sangat Tinggi	:	X	\geq	29,25
Tinggi	:	22,50	\leq	X < 29,25
Rendah	:	15,75	\leq	X < 22,50
Sangat Rendah	:	X	$<$	15,75

Promosi				
skor max	4	x	8	= 32
skor min	1	x	8	= 8
M	40	/	2	= 20,0
SD	24	/	6	= 4,0
Sangat Tinggi	: $X \geq M + 1.5 SD$			
Tinggi	: $M \leq X < M + 1.5 SD$			
Rendah	: $M - 1.5 SD \leq X < M$			
Sangat Rendah	: $X < M - 1.5 SD$			
Kategori	Skor			
Sangat Tinggi	:	X	\geq	26,00
Tinggi	:	20,00	\leq	X < 26,00
Rendah	:	14,00	\leq	X < 20,00
Sangat Rendah	:	X	$<$	14,00

Kualitas Pelayanan

skor max	4	x	13	=	52		
skor min	1	x	13	=	13		
M	65	/	2	=	32,5		
SD	39	/	6	=	6,5		
Sangat Tinggi	: $X \geq M + 1.5 SD$						
Tinggi	: $M \leq X < M + 1.5 SD$						
Rendah	: $M - 1.5 SD \leq X < M$						
Sangat Rendah	: $X < M - 1.5 SD$						
Kategori	Skor						
Sangat Tinggi	:	X		\geq	42,25		
Tinggi	:	32,50		\leq	X	$<$	42,25
Rendah	:	22,75		\leq	X	$<$	32,50
Sangat Rendah	:	X		$<$	22,75		

Keputusan Menggunakan Produk Syariah

skor max	4	x	10	=	40		
skor min	1	x	10	=	10		
M	50	/	2	=	25,0		
SD	30	/	6	=	5,0		
Sangat Tinggi	: $X \geq M + 1.5 SD$						
Tinggi	: $M \leq X < M + 1.5 SD$						
Rendah	: $M - 1.5 SD \leq X < M$						
Sangat Rendah	: $X < M - 1.5 SD$						
Kategori	Skor						
Sangat Tinggi	:	X		\geq	32,50		
Tinggi	:	25,00		\leq	X	$<$	32,50
Rendah	:	17,50		\leq	X	$<$	25,00
Sangat Rendah	:	X		$<$	17,50		

LAMPIRAN 12.
HASIL UJI KATEGORISASI

Frequencies

Bagi_Hasil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tinggi	36	36,0	36,0	36,0
	Tinggi	58	58,0	58,0	94,0
	Rendah	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi

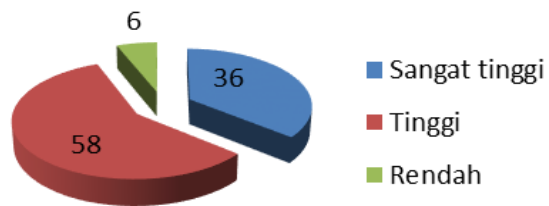
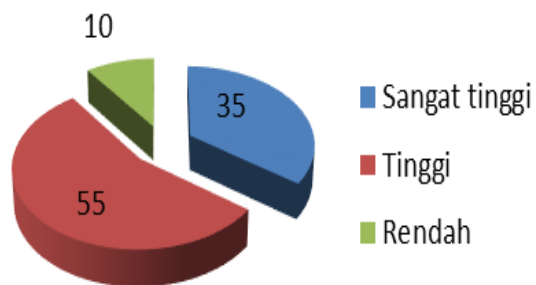
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tinggi	35	35,0	35,0	35,0
	Tinggi	55	55,0	55,0	90,0
	Rendah	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

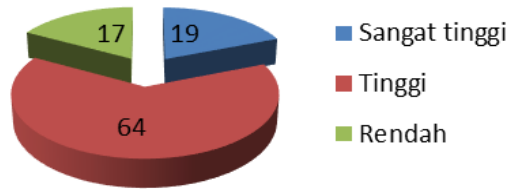
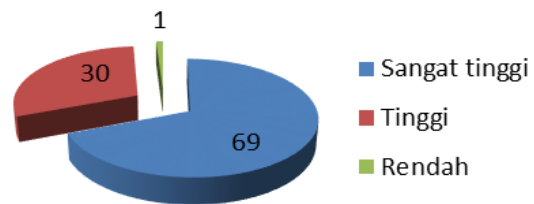
Kualitas_Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tinggi	19	19,0	19,0	19,0
	Tinggi	64	64,0	64,0	83,0
	Rendah	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tinggi	69	69,0	69,0	69,0
	Tinggi	30	30,0	30,0	99,0
	Rendah	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Bagi Hasil**Promosi**

Kualitas Pelayanan**Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**

LAMPIRAN 13.
HASIL UJI DESKRIPTIF

Frequencies

Statistics

		Bagi_Hasil	Promosi	Kualitas_ Pelayanan	Keputusan_ Mengguna kan_Jasa_ Perbankan_ _Syariah
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		27,8800	24,0800	37,5700	33,5900
Median		28,0000	24,0000	37,0000	34,0000
Mode		31,00	26,00	36,00	33,00
Std. Deviation		3,49395	3,37753	5,20539	3,35175
Minimum		19,00	17,00	28,00	22,00
Maximum		35,00	31,00	49,00	39,00

LAMPIRAN 14. HASIL UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03384750
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,037
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,898
Asymp. Sig. (2-tailed)		,395

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 15. HASIL UJI LINIERITAS

Means

Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah* Bagi_Hasil

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_	Between	(Combined)	565,508	16	35,344	5,366	,000
Menggunakan_Jasa_	Groups	Linearity	459,344	1	459,344	69,740	,000
Perbankan_Syariah *		Deviation from Linearity	106,164	15	7,078	1,075	,392
Bagi_Hasil	Within Groups		546,682	83	6,587		
	Total		1112,190	99			

Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah* Promosi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_	Between	(Combined)	577,272	14	41,234	6,552	,000
Menggunakan_Jasa_	Groups	Linearity	524,006	1	524,006	83,266	,000
Perbankan_Syariah *		Deviation from Linearity	53,266	13	4,097	,651	,804
Promosi	Within Groups		534,918	85	6,293		
	Total		1112,190	99			

Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah* Kualitas_Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_	Between	(Combined)	671,904	21	31,995	5,668	,000
Menggunakan_Jasa_	Groups	Linearity	557,923	1	557,923	98,840	,000
Perbankan_Syariah *		Deviation from Linearity	113,981	20	5,699	1,010	,461
Kualitas_Pelayanan	Within Groups		440,286	78	5,645		
	Total		1112,190	99			

LAMPIRAN 16. HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Pelayanan, ^a Bagi_Hasil, Promosi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,795 ^a	,632	,620	2,06538

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	702,673	3	234,224	54,907	,000 ^a
	Residual	409,517	96	4,266		
	Total	1112,190	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,550	1,842		5,728	,000		
	Bagi_Hasil	,263	,076	,274	3,454	,001	,609	1,642
	Promosi	,322	,084	,325	3,841	,000	,536	1,864
	Kualitas_Pelayanan	,212	,058	,329	3,652	,000	,474	2,111

a. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

LAMPIRAN 17. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Pelayanan, ^a Bagi_Hasil, Promosi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: abs_res

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,296 ^a	,088	,059	1,31216

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,913	3	5,304	3,081	,031 ^a
	Residual	165,290	96	1,722		
	Total	181,203	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: abs_res

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,046	1,170		4,312	,000
	Bagi_Hasil	-,068	,048	-,176	-1,412	,161
	Promosi	-,040	,053	-,100	-,750	,455
	Kualitas_Pelayanan	-,018	,037	-,068	-,482	,631

a. Dependent Variable: abs_res

LAMPIRAN 18.
HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 1)

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bagi_Hasil ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 ^a	,413	,407	2,58103

a. Predictors: (Constant), Bagi_Hasil

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459,344	1	459,344	68,953	,000 ^a
	Residual	652,846	98	6,662		
	Total	1112,190	99			

a. Predictors: (Constant), Bagi_Hasil

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,402	2,086		7,863	,000
	Bagi_Hasil	,617	,074	,643	8,304	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

LAMPIRAN 19.
HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 2)

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,686 ^a	,471	,466	2,44987

- a. Predictors: (Constant), Promosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	524,006	1	524,006	87,307	,000 ^a
	Residual	588,184	98	6,002		
	Total	1112,190	99			

- a. Predictors: (Constant), Promosi
b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,188	1,772		9,697	,000
	Promosi	,681	,073	,686	9,344	,000

- a. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

LAMPIRAN 20.
HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 3)

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_ a Pelayanan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan_
Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 ^a	,502	,497	2,37819

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557,923	1	557,923	98,646	,000 ^a
	Residual	554,267	98	5,656		
	Total	1112,190	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,456	1,741		9,450	,000
	Kualitas_Pelayanan	,456	,046	,708	9,932	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

LAMPIRAN 21.
HASIL UJI REGRESI (HIPOTESIS 4)

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Pelayanan, _a Bagi_Hasil, Promosi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,795 ^a	,632	,620	2,06538

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	702,673	3	234,224	54,907	,000 ^a
	Residual	409,517	96	4,266		
	Total	1112,190	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bagi_Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,550	1,842		5,728	,000
	Bagi_Hasil	,263	,076	,274	3,454	,001
	Promosi	,322	,084	,325	3,841	,000
	Kualitas_Pelayanan	,212	,058	,329	3,652	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menggunakan_Jasa_Perbankan_Syariah